

BAB I PENDAHULUAN

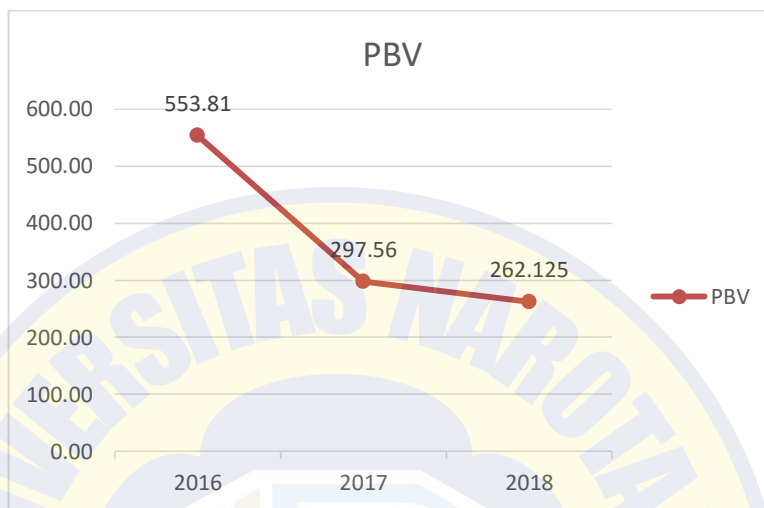
1.1. Latar Belakang

Perusahaan sebagai pilar ekonomi diharap mampu membawa pengaruh terhadap pembangunan ekonomi. Salah satu bentuk kontribusi perusahaan dalam pembangunan ekonomi dengan menyediakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan membangun berbagai fasilitas ekonomi (Misran dan Chabachib 2017). *Industry consumer good* merupakan salah satu penopang pembangunan ekonomi nasional. Menurut riset Kantar Worldpanel, (2017) mengungkap bahwa laju pertumbuhan pendapatan Indonesia dari industri *consumer good* tercatat tertinggi di Asia Tenggara. Perusahaan *customer good* adalah perusahaan yang memproduksi adalah produk-produk yang dapat terjual secara cepat dengan harga yang relatif murah, dan biasanya merupakan kebutuhan sehari-hari. Bisnis *consumer good* khususnya makanan dan minuman di Indonesia telah berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari penetrasi *modern market* di berbagai daerah yang terus menjamur dari kota-kota besar hingga ke daerah pinggiran (*rural area*), hal ini merupakan peluang besar bagi para investor saham, perusahaan *consumer goods* mempunyai prospek yang menjanjikan.

Mengutip Salvatore (2015), *theory of firm* menyatakan bahwa tujuan perusahaan *go public* meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham dengan upaya peningkatan nilai perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan yang paling umum kita ketahui adalah memperoleh laba dan meningkatkan keuntungan perusahaan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti berkeinginan untuk memperluas jangkauan bisnis dengan melakukan ekspansi. Ekspansi bisnis akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Jika perusahaan menginginkan pertumbuhan yang cepat baik dari segi ukuran, pasar saham, maupun diversifikasi usaha dapat melakukan merger ataupun akuisisi. Dengan melakukan merger atau akuisisi, otomatis perusahaan dapat mengurangi jumlah pesaing bisnis. Dengan begitu, perusahaan akan lebih fokus dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai tujuan jangka panjang.

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan setelah melalui sekian panjang proses kegiatan bisnis yaitu sejak perusahaan didirikan hingga saat ini (Noerirawan, 2012). Nilai perusahaan juga merupakan indikator persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi adalah cerminan dari harga saham perusahaan tersebut tinggi, dan dapat meningkatkan kepercayaan pasar pada kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya di masa mendatang. Maksimalisasi nilai perusahaan memiliki peran penting bagi perusahaan, karena dengan demikian tujuan utama perusahaan juga dapat dimaksimalkan. Salah satu ukuran yang digunakan untuk melihat kelayakan saham adalah *Price to Book Value* (PBV).

Berikut ini disajikan data perkembangan Price to book Value perusahaan consumer good yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia(BEI).



Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Price to Book Value

Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia

Sumber : Bursa Efek Indonesia, data diolah periode 2016 – 2018

Dari grafik diatas menunjukkan perkembangan Price to Book Value pada perusahaan consumer good yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan. Kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan Consumer Goods. Nilai Perusahaan dapat dilihat melalui rasio Price to Book Value. Price Book Value merupakan perbandingan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham masing-masing perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) akan berfungsi untuk melihat apakah saham suatu perusahaan itu murah atau mahal. Pada hakikatnya, dengan nilai price to book value investor dapat mengambil keputusan lebih lanjut terkait langkah investasi selanjutnya.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan diantaranya adalah dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007). Teori yang mendasari penelitian tersebut adalah semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diprosikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola aset dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Net Profit Margin(NPM) merupakan contoh indikator yang lazim atau sering digunakan oleh para peneliti untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan.

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Menurut Bastian dan Suhardjono (2006), Net Profit Margin adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Menurut Weston dan Copeland (1998), semakin besar Net Profit Margin berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya

sehubungan dengan kegiatan operasinya. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Hubungan antara laba bersih dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu risiko. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu profitable atau tidak.

Dalam mengukur kinerja keuangan, rasio keuangan lain yang juga sering digunakan adalah rasio likuiditas, salah satunya adalah *current ratio*. *Current Ratio* atau Rasio lancar yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar, rasio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar (yang segera dapat dijadikan uang) ada sekian kali hutang jangka pendek (S. Munawir, 2007). Apabila persentase *current ratio* dalam sebuah perusahaan rendah maka dianggap terjadinya masalah dalam likuidasi, artinya perusahaan tidak memiliki kemampuan dan kesempatan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditor. Semakin besar *current ratio* menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya terutama modal kerja, dimana modal kerja merupakan unsur yang sangat penting untuk menjaga kinerja perusahaan. Tingginya kemampuan perusahaan dalam likuiditas berdampak pada kepercayaan investor dalam berinvestasi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan. Sehingga dapat diartikan bahwa *current ratio* berpengaruh signifikan terhadap *price to book value*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu dari Novalia (2014) dan Sutrisno dan Yulianeu (2017), namun berlawanan dengan hasil penelitian dari Anggraini (2015), Stiyaningrum (2016), dan Misran dan Chabachib (2017) yang menyatakan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *price to book value*. Hal ini dikarenakan *current ratio* yang terlalu tinggi menunjukkan kelebihan aktiva lancar yang menganggur. Jadi hal tersebut tidak baik bagi profitabilitas perusahaan karena aktiva lancar menghasilkan *return* yang lebih rendah dibandingkan dengan aktiva tetap (Hanafi dan Halim, 2003). Hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan karena investor enggan berinvestasi pada perusahaan yang tingkat *return* yang rendah.

Sementara itu, rasio Solvabilitas biasanya akan digunakan perusahaan untuk mengukur utang jangka panjangnya, salah satu rasio solvabilitas yang digunakan adalah Debt Equity Ratio (DER). Nilai perusahaan berhubungan dengan *leverage*. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *debt to equity ratio* (DER) karena digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal yang dijadikan jaminan utang. Semakin rendah *debt to equity ratio* maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Semakin besar proporsi utang yang digunakan untuk struktur modal suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula jumlah kewajibannya. Jika nilai *debt to equity* meningkat maka beban bunga yang ditanggung perusahaan akan meningkat dan berdampak menurunnya profitabilitas perusahaan. Penurunan profitabilitas akan berdampak pada harga saham perusahaan. Sedangkan bagi investor, semakin tinggi rasio ini maka semakin tinggi resiko yang akan dihadapi. Bagi investor yang tidak suka mengambil resiko tinggi maka mereka menghindari untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki *debt to equity ratio* yang tinggi karena hal ini akan berpengaruh pada *return* saham perusahaan tersebut. Sehingga dapat diartikan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*price to book value*). Hal ini sejalan dengan penelitian Nasehah (2012) dan Erawati dan Sukma (2014) yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio* tidak

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut berlawanan dengan penelitian dari Stiyarini (2016) dan Misran dan Chabachib (2017) yang menyatakan bahwa bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh signifikan terhadap *price to book value* dengan alasan *debt to equity ratio* juga memberikan kesempatan perusahaan untuk berekspansi sehingga hal ini dapat meningkatkan jumlah laba yang dihasilkan dan pada akhirnya dapat memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis berencana melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* terhadap *Net Profit Margin* dan *Price to Book Value*”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti antara lain :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Current Ratio* terhadap *Net Profit Margin*?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Debt Equity Ratio* terhadap *Net Profit Margin*?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Current Ratio* terhadap *Price to Book Value*?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Debt Equity Ratio* terhadap *Price to Book Value*?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Net Profit Margin* terhadap *Price to Book Value*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *Current Ratio* terhadap *Net Pofit Margin*
2. Menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* terhadap *Net Profit Margin*
3. Menganalisis pengaruh *Current Ratio* terhadap *Price to Book Value*
4. Menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* terhadap *Price to Book Value*
5. Menganalisis pengaruh *Net Pofit Margin* terhadap *Price to Book Value*

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan bidang ilmu manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan *Net Profit Margin* dan *Price to Book Value* pada Perusahaan yang diukur dengan menggunakan variabel bebas *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan, manfaat penelitian ini dapat memberikan masukan bagaimana pengaruh *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* terhadap *Net Profit Margun* dan *Price to Book Value*.

1.5 Batasan penelitian

Agar penelitian ini tidak meluas maka peneliti melakukan pembatas dengan dibatasi oleh factor :

1. Penelitian ini hanya mengukur kinerja keuangan dan nilai perusahaan dengan menggunakan variabel bebas yaitu *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*
2. Objek penelitian yang diteliti hanya perusahaan *Consumer Good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018