

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdirinya suatu perusahaan pasti didasarkan dengan tujuan yang jelas. Secara umum, tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba atau keuntungan dengan maksimal. Namun hanya mendapatkan laba yang maksimal saja tidak akan menjamin keberlangsungan suatu perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. Untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dibutuhkan suatu tujuan lain yaitu memaksimalkan nilai perusahaan tersebut (Susanto dan Subekti, 2013).

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis dan ditambah dengan situasi perekonomian negara yang tidak menentu mengharuskan manajemen perusahaan bekerja lebih efektif dan efisien dalam melakukan aktivitas operasi perusahaan agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan nilai perusahaannya. Karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga

saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik.

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap nilai perusahaan akan meningkat. Nilai perusahaan tidak hanya digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara melalui alat ukur yang dapat digunakan yaitu *Price Earning Ratio* (PER).

Menurut Reeve, dkk (2010:336) *Price Earning Ratio* adalah rasio yang merupakan indikator bagi prospek pendapatan perusahaan di masa mendatang yang dihitung dengan cara membagi harga pasar per lembar saham biasa pada tanggal tertentu dengan laba per saham tahunan.

Adapun beberapa nilai perusahaan yang dapat dilihat atau dianalisis adalah sebagai berikut :

- a. Ukuran perusahaan merupakan faktor nilai perusahaan yang paling umum digunakan. Kekuatan pasar dari bisnis yang besar dapat mempengaruhi persaingan dan perkembangan produk untuk lebih mudah diakses. Kemudahan akses pasar ini yang berpengaruh pada penentuan nilai perusahaan.
- b. Profitabilitas, jika suatu perusahaan memiliki profitabilitas tinggi maka dipastikan pasar dan investor akan tertarik untuk mendukung produk

bisnis perusahaan tersebut. Analisis dilakukan pada data penjualan dan pendapatan perusahaan terhadap produk-produknya di pasaran.

- c. Tingkat pertumbuhan dan daya tarik pasar, nilai perusahaan ditentukan dengan tingkat daya tarik pasar dan persaingan dengan kompetitor. Investor juga akan melihat bagaimana pertumbuhan produk dari suatu perusahaan untuk menangkap persentase pasar secara keseluruhan.
- d. Keunggulan kompetitif, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dalam jangka waktu lama dan berkelanjutan karena dapat meningkatkan harga tinggi pada citra perusahaan terhadap penawaran di pasar modal.
- e. Potensi pertumbuhan, pertumbuhan pasar suatu produk juga ditentukan oleh pertumbuhan produk terkait, semakin banyak produk yang terjual maka produk serupa juga semakin dicari. Hal ini yang menjadi tolak ukur investor untuk memperkuat sektor pasar modal perusahaan di masa depan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham.

Jenis-jenis rasio profitabilitas :

- a. *Net Profit Margin*/Margin Laba Bersih

Margin laba bersih adalah rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi pajak dari pendapatan yang

diperoleh dari penjualan. Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan.

b. *Gross Profit Margin*/Margin Laba Kotor

Margin laba kotor adalah rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Margin laba kotor dilakukan dengan cara membandingkan laba kotor dengan pendapatan penjualan.

c. *Return On Asset (ROA)*/Pengembalian Aset

Tingkat pengembalian aset adalah rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan yang diperoleh perusahaan terkait dengan sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya dapat dilihat dari rasio persentase.

d. *Return On Equity (ROE)*/Pengembalian Ekuitas

Return on equity adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. ROE dihitung dari pendapatan perusahaan terhadap modal yang ditanamkan oleh pemilik perusahaan.

e. *Earning Per Share*/Laba Per Lembar Saham

Rasio laba per lembar saham merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per share dalam menghasilkan keuntungan bagi sebuah perusahaan.

f. *Return On Investment (ROI)*/Pengembalian Investasi

Return on investment adalah rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak dari total aset.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi ukuran perusahaan yaitu : besarnya total aktiva, besarnya hasil penjualan, dan besarnya kapitalisasi pasar. Namun disamping faktor utama ukuran perusahaan pun dapat ditentukan oleh faktor tenaga kerja, nilai pasar saham, log size, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan (Suryana dan Rahayu, 2018). Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah juga perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan baik dari sisi internal maupun dari sisi eksternal. Perusahaan yang sudah maju akan lebih mudah memperoleh modal dipasar dibanding dengan perusahaan kecil, karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar (Sartono, 2010).

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada sub sektor farmasi karena perusahaan farmasi adalah perusahaan bisnis komersial yang fokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat, terutama dalam hal kesehatan (Wikipedia.org). Seiring dengan adanya program Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS), industri ini lebih memperdalam pendirian pabrik bahan baku obat. Kinerja industri farmasi di Indonesia telah mencatat pertumbuhan yang signifikan.

Penulis menjadikan perusahaan farmasi sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan farmasi berada pada sektor yang strategis dan memiliki perputaran bisnis yang tinggi. Perusahaan farmasi merupakan sektor yang memberikan peningkatan ekonomi yang baik terhadap Indonesia. Sektor ini memiliki peluang yang tinggi dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang, sehingga banyak perusahaan yang ingin memasuki sektor ini. Hal ini didukung oleh perkembangan zaman dan teknologi, alat-alat kedokteran, obat-obatan dan rumah sakit.

Berikut adalah lampiran nama perusahaan beserta nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang tercatat di BEI pada tahun 2019-2021.

Tabel 1.1
Data Nilai Perusahaan Dari Perusahaan Manufaktur Sub Sektor
Farmasi

No	Nama Perusahaan	Price Earning Ratio (PER)		
		2019	2020	2021
1	PT. Darya Varia Laboratoria Tbk.	1,13	1,66	2,31
2	PT. Indofarma Tbk.	123,7	40,3	18,39
3	PT. Kimia Farma Tbk.	54,58	115,4	4,46
4	PT. Kalbe Farma Tbk.	3,02	2,53	23,7
5	PT. Merck Tbk.	1,62	2,05	1,25
6	PT. Phapros Tbk.	8,88	29,22	85
7	PT. Pyridam Farma Tbk.	11,3	23,6	47,7
8	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	23,4	25,6	20,4
9	PT. Soho Global Health Tbk.	-	24,08	14,72
10	PT. Tempo Scan Pacific Tbk.	11,3	0,8	1,64
11	PT. Millenium Pharmacon International Tbk.	15,34	47,27	18,10
Jumlah		254,27	312,51	237,67
Rata-rata		23,11	28,41	21,60

Sumber : idx.co.id (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa nilai perusahaan dari 11 perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diprosikan dengan *Price Earning Ratio* (PER) mengalami fluktuasi dari tahun 2019-2021. Rata-rata Price Earning Ratio pada tahun 2019 sebesar

23,11 mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 28,41, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021 sebesar 21,60. Hal ini yang mendasari untuk dilakukan penelitian variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luh Nila, I Ketut Suryanawa (2018) dengan judul pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan, pengungkapan CSR tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR tidak memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Indriyani (2017) yang berjudul pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Imam Hidayat dan Khusnul Khotimah (2022) yang berjudul pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2021.

1.3. Persoalan Penelitian

Persoalan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

- b. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan persoalan penelitian yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

a. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian yang selanjutnya dan menambah wacana keilmuan di bidang manajemen

keuangan terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan untuk pertimbangan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, serta sebagai bahan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.