

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era milenial seperti saat ini, dunia usaha mengalami perkembangan yang begitu pesat, oleh karena itu perusahaan harus mampu bersaing secara ketat dan kompetitif dengan begitu perusahaan akan semakin gigih dalam menghadapi hal apapun agar mampu bertahan dan tetap dapat bersaing secara maksimal dengan perusahaan-perusahaan lain. Pada saat ini perusahaan sektor konsumsi semakin banyak dengan kondisi ekonomi yang membentuk persaingan ketat antar perusahaan. Persaingan antar industri ini menjadikan perusahaan semakin mengembangkan kinerjanya, agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

Persaingan dalam dunia perusahaan terutama dalam perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan sehingga dapat mempengaruhi keputusan investasi investor.

Nilai perusahaan membuat investor dan kreditur semakin selektif dalam berinvestasi maupun memberikan kredit kepada perusahaan, jika nilai perusahaan baik maka perusahaan akan di pandang baik oleh para calon investor, dan sebaliknya jika nilai perusahaan buruk maka akan di pandang buruk oleh para calon investor. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai

pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham salah satunya dilihat dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki.

Nilai perusahaan PT Unilever Tbk merupakan kemampuan PT Unilever Tbk dalam memberikan informasi tentang gambaran harga yang akan dibayar oleh calon investor untuk membeli perusahaan atau berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham salah satunya dilihat dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki.

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Brigham dan Houston (2006) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimal. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Berbagai kebijakan yang diambil untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran

pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Nilai perusahaan juga merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Adapun pertumbuhan harga saham pertahunnya pada PT Unilever Tbk periode 2012-2021 selama sepuluh tahun, pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Harga Saham**  
**PT Unilever Tbk Periode 2012-2021**  
**(Dalam Satuan Rupiah)**

Tahun	Harga Saham (Rp)	Pertumbuhan (%)
2012	4.170	-
2013	5.200	24,70
2014	6.460	24,23
2015	7.400	14,55
2016	7.760	4,86
2017	11.180	44,07
2018	9.080	-18,78
2019	8.400	-7,49
2020	7.350	-12,50
2021	4.110	-44,08

*Sumber: laporan keuangan pt. unilever tbk*

Pada tabel 1.1 diatas dapat di lihat bahwa harga saham PT Unilever Tbk pada tahun 2012-2021 megalami flukstasi (naik-turun). Tahun 2012 harga saham sebesar Rp. 4.170, tahun 2013 harga saham naik sebesar Rp. 5.200 atau 24,70%, tahun 2014 harga saham naik sebesar Rp. 6.460 atau 24,23%, tahun 2015 harga saham naik sebesar Rp. 7.400 atau 14,55%, tahun 2016 harga saham naik sebesar Rp. 7.760 atau 4,86%, tahun 2017 harga saham naik sebesar Rp. 11.180 atau

44,07 %, tahun 2018 harga saham turun sebesar Rp. 9.080 atau -18,78%, tahun 2019 harga saham turun sebesar Rp. 8.400 atau -7,49%, tahun 2020 harga saham turun sebesar Rp. 7.350 atau 12,50%, kemudian pada tahun 2021 harga saham adalah turun sebesar Rp. 4.110 atau 44,08%.

Kenaikan Harga Saham terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 11.180 sedangkan Harga Saham terendah pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 4.110. Kenaikan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu Rp.11.180 atau sebesar 44,07%, sedangkan kenaikan pertumbuhan terkecil terjadi pada tahun 2021 yaitu Rp. 4.110 atau sebesar -44,08%.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain adalah risiko perusahaan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba.

Risiko perusahaan merupakan cerminan penyimpangan atau deviasi standar dari *earning* baik penyimpangan itu bersifat kurang dari yang direncanakan atau mungkin lebih dari yang direncanakan, semakin besar deviasi *earning* perusahaan, semakin besar pula risiko perusahaan yang ada (Budiman dan Setyo, 2012 dalam Damayanti dan Susanto, 2015).

Adapun pertumbuhan *Earning Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization* (EBITDA) / pendapatan sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi pertahunnya pada PT Unilever Tbk periode 2012-2021 selama sepuluh tahun, pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Pertumbuhan EBITDA PT Unilever Tbk Periode 2012-2021**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	EBITDA (Rp)	Pertumbuhan (%)
2012	6.857.000	-
2013	7.675.000	11,93
2014	8.388.000	9,29
2015	8.444.000	0,67
2016	9.258.495	9,65
2017	10.149.844	9,63
2018	13.005.881	28,14
2019	11.250.251	-13,50
2020	10.554.448	-6,18
2021	8.756.359	-17,04

*Sumber : Laporan Keuangan PT Unilever Tbk*

Pada tabel 1.2 diatas dapat di lihat bahwa EBITDA PT Unilever Tbk pada tahun 2012-2021 megalami flutuasi (naik-turun). Pada tahun 2012 EBITDA sebesar Rp. 6.857.000, tahun 2013 naik menjadi Rp. 7.675.000 atau 11,93%, tahun 2014 naik menjadi Rp. 8.388.000 atau 9,29%, tahun 2015 naik menjadi Rp. 8.444.000 atau 0,64%, tahun 2016 naik menjadi Rp. 9.258.495 atau 9,65%, tahun 2017 naik menjadi Rp. 10.149.844 atau 9,63%, tahun 2018 naik menjadi Rp. 13.005.881 atau 28,14%, tahun 2019 turun menjadi Rp. 11.250.251 atau 13,50%, tahun 2022 turun menjadi Rp. 10.554.448 atau 6,18%, tahun 2021 turun menjadi Rp. 8.756.359 atau 17,04%.

Kenaikan EBITDA terbesar terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 13.005.881, sedangkan EBITDA terendah pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 6.857.000. Kenaikan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2018 yaitu Rp.

13.005.881 atau naik sebesar 28,14%, sedangkan penurunan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 8.756.359 atau sebesar -17,04%.

Jadi, EBITDA pada PT Unilever Tbk mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2019-2021 mengalami penurunan pertumbuhan dan tahun 2012-2018 mengalami peningkatan pertumbuhan. EBITDA dapat dihitung dengan menjumlah keuntungan operasional, beban depresiasi dan biaya amortisasi. Jika keuntungan operasional, beban depresiasi dan biaya amortisasi besar maka EBITDA juga akan meningkat, namun jika keuntungan operasional, beban depresiasi dan biaya amortisasi kecil maka EBITDA akan menurun. EBITDA yang tinggi akan membuat minat investor dalam membeli saham juga tinggi.

Menurut Brigham & Houston (2011) ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset dan total ekuitas. Ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang dilihat dari total aset suatu perusahaan atau organisasi yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total aset perusahaan.

Adapun pertumbuhan Total Aktiva pertahunnya pada PT Unilever Tbk periode 2012-2021 selama sepuluh tahun, pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.3**  
**Pertumbuhan Total Aktiva**  
**PT Unilever Tbk Periode 2012-2021**

Tahun	Total aktiva (Rp)	Pertumbuhan (%)
2012	11.984.979	-
2013	13.348.188	11,4
2014	14.280.670	12,4
2015	15.729.945	10,1
2016	16.745.695	6,5
2017	18.906.413	12,9
2018	19.522.970	3,3
2019	20.649.371	5,6
2020	20.534.632	-0,6
2021	19.068.532	-7,1

*Sumber: laporan keuangan pt. unilever tbk*

Pada tabel 1.3 diatas dapat di lihat bahwa total aktiva PT Unilever Tbk pada tahun 2012-2021 mengalami fluktuasi (naik-turun). pada tahun 2012 total aktiva sebesar Rp. 11.984.979, tahun 2013 naik menjadi Rp.13.348.188 atau 11,4% disebabkan oleh peningkatan aset lancar, tahun 2014 naik menjadi Rp. 14.280.670 atau 12,4 % disebabkan oleh peningkatan aset lancar. tahun 2015 naik menjadi Rp 15.729.945 atau 10,1% disebabkan oleh peningkatan aset tidak lancar, tahun 2016 naik menjadi Rp 16.745.695 atau 6,5 % disebabkan oleh peningkatan aset tidak lancar, tahun 2017 naik menjadi Rp.18.906.413 atau 12,9 % disebabkan oleh peningkatan aset lancar dan aset tidak lancar. tahun 2018 naik menjadi Rp 19.522.970 atau 3,3 % disebabkan oleh peningkatan aset lancar dan aset tidak lancar. tahun 2019 naik menjadi Rp 20.649.371 atau 5,6% disebabkan oleh peningkatan aset lancar dan aset tidak lancar. tahun 2020 turun menjadi Rp

20.534.632 atau 0,6% disebabkan oleh penurunan jumlah aset tidak lancar. kemudian pada tahun 2021 turun menjadi Rp 19.068.532 atau 1% disebabkan oleh penurunan jumlah aset lancar.

Kenaikan asset perusahaan terbesar terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 20.649.371 sedangkan asset perusahaan terendah pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 11.984.979. Kenaikan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu Rp.18.906.413 atau naik sebesar 12,9%, sedangkan kenaikan pertumbuhan terkecil terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 19.068.532 atau sebesar -7,1%.

Jadi pertumbuhan total aktiva pada PT Unilever Tbk mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2020 dan 2021 total asset mengalami penurunan pertumbuhan sedangkan pada tahun 2012-2019 mengalami peningkatan pertumbuhan, salah satu ukuran yang menyangkut aktiva adalah total aktiva yang dinyatakan sebagai persentase. Semakin besar penjualan yang diwujudkan maka semakin efisien penggunaan aktiva seluruhnya.

Menurut Harahap (2015) pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibanding tahun sebelumnya. pertumbuhan laba juga merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba yang diperoleh dibandingkan dengan laba yang diperoleh tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan bahwa kondisi kinerja perusahaan juga baik, jika kondisi ekonomi baik pada umumnya pertumbuhan perusahaan baik. Oleh karena laba merupakan ukuran kinerja dari suatu perusahaan, maka semakin tinggi laba yang dicapai perusahaan, mengindikasikan semakin baik kinerja perusahaan dengan demikian para investor

tertarik untuk menanamkan modalnya. pertumbuhan laba menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperoleh pada suatu periode dibandingkan periode sebelumnya. Dengan meningkatnya laba yang diperoleh, mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kondisi kinerja yang baik, dengan kondisi ekonomi yang baik pada umumnya tingkat pertumbuhan perusahaan tersebut juga bernilai baik dan menarik para investor untuk menanamkan modalnya.

Adapun pertumbuhan Laba Bersih pertahunnya pada PT Unilever Tbk periode 2012-2021 selama sepuluh tahun, pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.4**  
**Pertumbuhan Laba Bersih PT Unilever Tbk Periode 2012-2021**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Pertumbuhan (%)
2012	4.839.145	-
2013	5.352.625	10,61
2014	5.926.720	10,73
2015	5.851.805	-1,26
2016	6.390.672	9,21
2017	7.004.562	9,61
2018	9.109.445	30,05
2019	7.392.837	-18,84
2020	7.163.536	-3,10
2021	5.758.148	-19,62

Sumber : Laporan Keuangan PT Unilever Tbk

Pada tabel 1.4 diatas dapat di lihat bahwa laba bersih yang terjadi pada PT Unilever Tbk pada tahun 2012-2021 mengalami fluktuasi (naik-turun). pada tahun 2012 laba bersih sebesar Rp. 4.839.145, tahun 2013 naik menjadi Rp. 5.352.625

atau 10,6%, tahun 2014 naik menjadi Rp. 5.738.523 atau 7,2%, tahun 2015 naik menjadi Rp. 5.851.805 atau 1,9%, disebabkan oleh peningkatan sebelum penyajian. tahun 2016 naik menjadi Rp. 6.390.672 atau 9,2%, disebabkan oleh unilever Tbk menutup margin laba untuk tahun 2016 pada tingkat yang stabil, yaitu 16% dari total penjualan bersih. tahun 2017 naik menjadi Rp. 7.004.562 atau 9,6 % disebabkan oleh kenaikan penyajian dan berkorelasi positif dengan optimalisasi biaya yang dilakukan perseroan. tahun 2018 naik menjadi Rp 9.109.445 atau 30,1% disebabkan oleh kenaikan penjualan, optimalisasi biaya yang dilakukan Perseroan dan keuntungan dari penjualan aset kategori Spreads. tahun 2019 turun menjadi Rp. 7.392.837 atau -18,8% disebabkan oleh keuntungan non-reguler atas penjualan hak distribusi produk Spreads dan merek dagang lokal kepada PT Upfield consulting Indonesia yang diperoleh pada tahun 2018 sebesar Rp2,1 triliun setelah pajak. tahun 2020 turun menjadi Rp. 7.163.536 atau -3,1% disebabkan oleh kenaikan pada biaya pemasaran dan penjualan serta biaya umum dan administrasi. kemudian pada tahun 2021 turun menjadi Rp. 5.78.148 atau 19,7 % hal ini sejalan dengan penjelasan pada poin laba usaha dimana penurunan ini terutama disebabkan oleh penurunan penjualan.

Kenaikan laba bersih terbesar terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 9.109.445 sedangkan laba bersih terendah pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 4.839.145 . Kenaikan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2018 yaitu Rp. 9.109.145 atau naik sebesar 30,1%, sedangkan penurunan pertumbuhan terbesar terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 7.392.837 atau sebesar – 18,8%.

Jadi, pertumbuhan laba bersih pada PT Unilever Tbk mengalami fluktuasi dimana terjadi penurunan pertumbuhan pada tahun 2019-2021, penurunan ini terjadi karena pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan juga menurun. Selain itu pertumbuhan laba bersih mengalami peningkatan pertumbuhan pada tahun 2012-2018, laba bersih bisa didapat secara optimal jika volume penjualan mencapai hasil yang maksimal.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh risiko perusahaan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan diantaranya telah diteliti oleh Atika Sandy, Abid Djazuli dan Choiriyah dengan judul penelitian Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks Lq 45 Di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran, pertumbuhan dan risiko terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45 di bursa efek indonesia. Jenis penelitian yang di gunakan adalah asosiatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 68 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh ukuran, pertumbuhan, dan risiko perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45 di bursa efek indonesia. Sedangkan secara parsial, variabel ukuran dan risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45 di bursa efek indonesia. Sementara pertumbuhan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45 di bursa efek indonesia. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Regina Rumondor, Maryam Mangantar dan Jacky S.B. Sumarauw

dengan judul penelitian Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di BEI. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Risiko Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sebaiknya para investor lebih cermat dalam memilih perusahaan, untuk menginvestasikan modalnya dengan cara melihat Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan untuk meningkatkan return saham yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan PT Unilever Tbk periode 2012-2021 sebagai objek penelitian dengan judul : **“Pengaruh Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Unilever Tbk Periode 2012-2021”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Untuk memperkecil lingkup penelitian, maka penulis memberikan batasan pada masalah yang diteliti yaitu:

1. Nilai perusahaan di ukur menggunakan *Price Book Value (PBV)* dengan tahun pengamatan di mulai dari tahun 2012-2021
2. Ukuran perusahaan di ukur menggunakan Ln total aset dengan tahun pengamatan di mulai dari tahun 2012-2021

### 1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah risiko perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
3. Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
4. Apakah risiko perusahaan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan secara parsial dan besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara parsial dan besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan secara parsial dan besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko perusahaan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan secara parsial dan besar pengaruhnya.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak terkait, yaitu :

1. Manfaat Praktis

- 1) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi organisasi dalam pelaksanaan pengaruh risiko perusahaan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan.
  - 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan.
2. Manfaat Akademis
- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan penelitian.
  - 2) Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terutama untuk penelitian dimasa yang akan datang.

