

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pasar modal di Indonesia sekarang sudah berkembang menjadi salah satu sumber pendanaan jangka panjang bagi dunia usaha. Pasar modal di Indonesia masih sangat baik ditengah dinamika sektor keuangan akibat berbagai faktor eksternal yang terjadi (Tegar, 2018). Bahkan sudah menjadi salah satu tujuan investasi menarik bagi para investor baik dalam negeri maupun luar negeri. Perusahaan industri barang konsumsi merupakan sebuah industri yang terdiri dari perusahaan penghasil produk berupa barang yang akan dikonsumsi oleh konsumennya, seperti makanan & minuman, rokok, farmasi, kosmetik & barang keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga.

Industri barang konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan, saham-saham dari perusahaan industri barang konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan dan juga industri memiliki pasar yang besar serta erat kaitannya dengan kebutuhan sehari-hari manusia. Tujuan dalam perusahaan adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya, memaksimalkan kemakmuran pemilik saham dan juga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta untuk mengembangkan usahanya.

Salah satu dunia usahanya yaitu perusahaan industri barang konsumsi yang mengalami kenaikan saat ini. Kenaikan terjadi pada akhir tahun 2018,

perdagangan pasar modal melesat naik menembus level 6.300, tepatnya 6.328,71 atau naik 0,90%. Optimisme investor terkait konsumsi masyarakat membuat saham barang konsumsi dan manufaktur melesat naik signifikan. Sektor barang konsumsi pada perdagangan berhasil rebound hingga 1,96% sedangkan saham sektor manufaktur naik sebesar 1,64% (Fajrian, 2019). Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi 2019 hanya akan mencapai 5,1-5,2%. Sedangkan sektor manufaktur akan tumbuh lebih rendah 4,3% (Sulaiman, 2018).

Untuk mengetahui perubahan harga saham, maka perusahaan memilih laporan keuangan akuntansi yang berguna untuk memenuhi kebutuhan investor berkaitan dengan *market value* perusahaan, sehingga dapat berdampak pada tingkat *return* yang diharapkan oleh para investor (Mukhlisin, 2002 dalam Laili, 2017). Untuk mengembangkan usaha tersebut harus memiliki gambaran untuk pencapaian usaha dengan melihat kondisi laporan keuangan perusahaan dari waktu ke waktu. Menurut SAK No. 1 tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (*stewardship*), atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

Menurut Lubis (2008) dalam Sumiyati (2013), *market value* adalah nilai yang mencerminkan kondisi perusahaan dilihat dari kondisi ekuitas

perusahaan dipasar yang tercermin dalam harga saham biasa dan jumlah lembar saham yang dikeluarkan perusahaan. *Market value* perusahaan menyajikan suatu nilai yang terdapat pada perusahaan berdasarkan pasar dan saham perusahaan yang telah ditawarkan di pasar. *Market value* perusahaan berkaitan dengan laporan keuangan yang *efisien efektif*. Didalam pasar yang *efisien* harga mencerminkan sepenuhnya (Belkaoui, 2004 dalam Arif 2009).

*Market value* menunjukkan keadaan perusahaan berdasarkan persepsi investor yang teraktualisasi melalui harga saham. *Market value* menjadi suatu pertimbangan yang digunakan investor untuk mengetahui perusahaan yang berkualitas baik maupun kurang baik. Posisi *market value* perusahaan yang penting membuat investor berkepentingan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *market value* perusahaan.

Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap *market value* perusahaan antara lain *profit margin*. *Profit margin* merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam menekan biaya-biaya yang timbul dalam operasinya. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sedangkan *profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. Tinggi rendahnya *profit margin* menunjukkan tinggi rendahnya dua unsur tersebut yang berarti turut mempengaruhi hasil akhir pada laporan laba rugi. Informasi tersebut dapat mempengaruhi persepsi

investor terhadap saham perusahaan. Sehingga *profit margin* berpengaruh terhadap *market value* perusahaan (Hanafi, 2009 dalam Garbo, 2013)

Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya. Dengan demikian, perusahaan akan memberikan laporan tahunan yang dapat memberikan informasi relevan tentang laporan keuangan yang akan berdampak terhadap harga saham yang diperdagangkan. Kandungan informasi dalam laporan keuangan perusahaan dipengaruhi oleh metode arus biaya persediaan yang diterapkan perusahaan. Alasan perusahaan dalam memilih metode arus biaya persediaan adalah untuk memenuhi keinginan para investor yang berkaitan dengan *market value* perusahaan, dan dalam memilih metode tersebut selayaknya berdampak pada tingkat *return* yang diharapkan investor. Sehingga metode arus biaya persediaan berpengaruh terhadap *market value* perusahaan (Muchlisin, 2002 dalam Laili, 2017).

Untuk penentuan metode arus biaya persediaan dapat ditentukan dengan memberikan kebebasan dalam penentuan penilaian persediaan yaitu identifikasi khusus, *first-in first out* (FIFO), *last\_in first out* (LIFO) dan biaya rata-rata (*average cost*). Namun sesuai dengan Undang-Undang No.36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan (PPH) menyatakan bahwa persediaan barang hanya memperbolehkan penggunaan metode FIFO dan metode rata-rata (Mulyadi, 2010 dalam Laili 2017).

*Gross profit margin* didefinisikan sebagai rasio profitabilitas yang digunakan untuk menghitung persentase kelebihan laba kotor terhadap pendapatan penjualan. Dengan kata lain, *gross profit margin* digunakan

untuk mengukur seberapa *efisien* perusahaan menggunakan bahan dan tenaga kerjanya dalam memproduksi serta menjual produk-produknya untuk menghasilkan keuntungan.

*Gross profit margin* merupakan suatu indikator penting karena dapat memberikan informasi kepada manajemen maupun investor tentang seberapa untungnya kegiatan bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan tanpa memperhitungkan biaya tidak langsung. *Gross profit margin* juga dapat memberikan wawasan kepada investor tentang tingkat kesehatan perusahaan yang sebenarnya. Sehingga *gross profit margin* berpengaruh terhadap *market value* perusahaan (Laili, 2017).

Beberapa penelitian mengenai faktor yang memengaruhi nilai perusahaan telah dilakukan, namun masih ditemukan perbedaan mengenai hasil penelitian, diantaranya:

Menurut Garbo (2013) mengatakan bahwa *profit margin* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan, sedangkan menurut Sumiyati (2013) mengatakan bahwa *profit margin* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan.

Menurut Sumiyati (2013) dan Laili (2017) mengatakan bahwa metode arus biaya persediaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan, sedangkan menurut Fica (2010) dan Beny Dkk (2009) mengatakan bahwa metode arus biaya persediaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan.

Menurut Fica (2010) dan Laili (2017) mengatakan bahwa *gross profit margin* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan, sedangkan menurut Beny Dkk (2009) mengatakan bahwa *gross profit margin* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *market value* perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profit Margin, Metode Arus Biaya Persediaan, Gross Profit Margin Terhadap Market Value Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017).”**

## 1.2 Ruang Lingkup Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus serta mendalam maka penulis membatasi variabelnya. Adapun variabel yang dibatasi diantaranya *profit margin*, metode arus biaya persediaan, *gross profit margin* terhadap *market value* perusahaan. *Market value* dipilih karena *market value* merupakan nilai yang mencerminkan kondisi perusahaan dilihat dari kondisi ekuitas perusahaan dipasar yang tercermin dalam harga saham biasa dan jumlah lembar saham yang dikeluarkan perusahaan (Lubis, 2008 dalam Sumiyati 2013). Obyek pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa yang menjadi pokok perhatian sebagai dasar keinginan melakukan penelitian ini. Maka pokok masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Profit Margin* berpengaruh terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017?
2. Apakah Metode Arus Biaya Persediaan berpengaruh terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017?
3. Apakah *Gross Profit Margin* berpengaruh terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan antara *profit margin*, arus biaya persediaan, *gross profit margin* terhadap *market value* perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis Pengaruh *Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017.
2. Menganalisis Pengaruh Metode Arus Biaya Persediaan terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017.
3. Menganalisis Pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017.
4. Menganalisis pengaruh antara *profit margin*, arus biaya persediaan, *gross profit margin* terhadap *market value* perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pada bidang akuntansi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan memungkinkan adanya penelitian yang lebih lanjut.



## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi emiten

Khususnya dalam perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) penelitian ini dapat dijadikan sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang kaitannya dengan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi yang berkaitan dengan profit margin, arus biaya persediaan, gross profit margin terhadap market value perusahaan bagi pembaca pada umumnya.

### b. Bagi praktisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi investor yang akan berinvestasi.