

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap entitas bisnis yang didirikan senantiasa memiliki tujuan yang seragam, yakni untuk mampu bersaing secara efektif dengan para pesaingnya di pasar. Menurut Nugraha & Alfarisi, (2020). Tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk mengoptimalkan perolehan laba semaksimal mungkin. Selanjutnya, perusahaan juga memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik modal. Selain itu, tujuan lainnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan, yang mencerminkan kondisi aktual perusahaan tersebut. Nilai perusahaan diketahui sebagai suatu keadaan tertentu yang berhasil dicapai oleh perusahaan sebagai cerminan dari tingkat kepercayaan publik terhadap kinerja perusahaan, setelah melewati proses aktivitas bisnis yang berlangsung sejak pendiriannya hingga saat ini (Zurriah & Sembiring, 2020).

Nilai perusahaan memiliki signifikansi yang tinggi, sebab tingginya nilai perusahaan berbanding lurus dengan meningkatnya kesejahteraan para pemegang saham (Fajriah dkk., 2022). Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan merupakan aspirasi utama bagi setiap pemilik usaha. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Nilai perusahaan memiliki korelasi positif dengan harga saham, di mana peningkatan harga saham turut mendorong naiknya nilai perusahaan. Kenaikan harga saham ini berpotensi menarik minat investor, karena nilai perusahaan yang

tinggi menjadi indikator peningkatan kesejahteraan para penanam modal dalam perusahaan tersebut (Litausiil & Muhadjir, 2021).

Menurut Wulandari & Efendi, (2021) salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas mengacu pada kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan laba guna meningkatkan nilai yang diterima oleh para pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin positif pula prospek perusahaan di masa depan, yang secara otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan di mata para investor. Sementara itu, Burhan & Bagana (2024) mengemukakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, antara lain ukuran perusahaan, tingkat pertumbuhan, karakteristik unik perusahaan, praktik manajemen laba, nilai aset, kebijakan dividen, efisiensi pajak, struktur permodalan, fluktuasi nilai tukar, serta kondisi pasar modal.

Profitabilitas menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya, seperti aset, modal, maupun penjualan. Apabila perusahaan dipersepsikan memiliki potensi untuk memberikan keuntungan pada masa yang akan datang, maka investor akan cenderung tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan tersebut. Hal ini pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan (Ali dkk., 2021).

Menurut Ali dkk., (2021) Rasio profitabilitas juga merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Laba sangat penting bagi perusahaan, perusahaan membutuhkan laba untuk keberlangsungan usahanya. Hal itu menjadi salah satu alasan pentingnya rasio profitabilitas dalam mencerminkan efektifitas dan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimilikinya. Dalam melangsungkan aktivitas operasinya, suatu perusahaan haruslah berada dalam kondisi keadaan profit atau menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan, perusahaan akan sulit memperoleh dan menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh para investor, sehingga dengan demikian akan meningkatkan nilai perusahaannya (Ali dkk., 2021).

Menurut Putri, (2019) Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer dalam melakukan intervensi atau memodifikasi informasi yang tercantum dalam laporan keuangan, dengan maksud untuk memengaruhi pihak-pihak berkepentingan yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Yuli dkk., (2023) mengatakan terdapat dua pendekatan dalam memahami praktik manajemen laba. Pertama, manajemen laba dipandang sebagai perilaku oportunistik dari manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya dalam konteks kontrak kompensasi, kontrak utang, dan biaya politik. Kedua, manajemen laba dilihat dari perspektif kontraktual yang efisien, dimana praktik ini memberikan keluasan bagi

manajer untuk melindungi dirinya maupun perusahaan dari kejadian-kejadian tak terduga yang mungkin merugikan para pihak dalam kontrak. Dengan demikian, manajer memiliki kapasitas untuk mempengaruhi nilai pasar saham perusahaan melalui praktik manajemen laba, seperti melalui teknik perataan laba (*income smoothing*) serta pertumbuhan laba yang berkelanjutan dari waktu ke waktu.

Manajer bisa melakukan manajemen laba dengan cara memilih metode atau kebijakan akuntansi tertentu guna untuk memanipulasi naik atau turun laba sesuai keinginan mereka. Manajer dapat menaikkan laba dengan menggeser laba periode yang akan datang ke periode kini atau sebaliknya, menurunkan laba dengan menggeser laba periode kini ke periode berikutnya (Wahyuningsih, 2020). Untuk melakukan manipulasi laba dengan menaikkan atau menurunkan ini tidak bisa dilakukan secara asal-asalan, terdapat beberapa prinsip perusahaan yang harus ditaati. Dengan adanya praktik manajemen laba dapat mengakibatkan terjadinya peningkatan terhadap nilai perusahaan yang dicerminkan harga pasar saham.

Dalam hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan mendapatkan hasil yang berbeda. Hasil penelitian Nugraha & Alfarisi (2020) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Fatoni & Indah (2021), juga menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang telah dilakukan oleh

Wulandari & Efendi (2021) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) berpendapat bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Begitu pula dengan hasil penelitian mengenai pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Jannah & Wibowo (2021) dan Suryadi, (2022) menyatakan kesimpulan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan jika manajemen laba dapat menurunkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Riswandi & Yuniarti (2020) menyatakan sebaliknya antara manajemen laba dan nilai perusahaan, yaitu manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian sebelumnya, terungkap adanya inkonsistensi dalam hasil penelitian sebelumnya tentang dampak variabel profitabilitas dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Maka peneliti tertarik untuk mengkaji ulang dengan mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas dan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2022)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menguji secara empiris mengenai hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh Manajemen Laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan untuk dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman atau wawasan mengenai profitabilitas dan manajemen laba yang mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Pada hasil penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta bermanfaat untuk melatih diri dalam mengatasi permasalahan.

2) Bagi Investor

Pada hasil Penelitian ini diharapkan dapat membantu para investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan dengan mempertimbangkan nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh profitabilitas dan manajemen laba.