

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bidang dalam dunia bisnis yang sudah banyak dan memiliki inovatif-inovatif baru yaitu bisnis dibidang makanan dan minuman atau bisa disebut perusahaan *food and beverage* (Hartarto, 2017). Perusahaan makanan dan minuman ini merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Lutfi dan Sunardi, 2019). Perusahaan makanan dan minuman memiliki keuntungan bagi kelangsungan hidup dimasa sekarang maupun masa mendatang karena makanan dan minuman menjadi kebutuhan yang sudah pasti dibutuhkan oleh manusia. Bisnis makanan dan minuman yang banyak ini membuat adanya persaingan antara perusahaan kecil menengah hingga perusahaan yang sudah *go public* (Nisa dan Utiyati, 2010).

Setiap perusahaan pasti sangat ingin mempunyai prospek masa depan yang baik dan juga selalu ingin mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yaitu persepsi investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan yang berhubungan dengan harga saham (Hidayat, 2018). Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan dapat diartikan bahwa perusahaan juga memaksimalkan tujuan perusahaan tersebut. Salah satu tujuan utama perusahaan yaitu dapat menyejahterakan pemilik perusahaan serta pemegang saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan (Rani, dkk 2019).

Menurut Setiawati dan Lim (2018) nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki (Mediawati dan Mildawati, 2016).

Salah satu cara mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio Price to Book Value (PBV) (Tommy dan Saerang, 2014). Price to Book Value merupakan perbandingan yang di dapat antara harga saham dengan nilai buku dari saham perusahaan tersebut. Dengan menggunakan rasio Price to Book Value, calon investor bisa mengetahui perusahaan yang nilai sahamnya *undervalued* atau *overvalued* (Arifianto dan Chabachib, 2016). Nilai saham dikatakan *undervalued* ketika nilai Price to Book Value berada dibawah 1 yang dapat diartinya bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya dan *overvalued* ketika nilai PBV berada diatas 1 yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya (Christina dan Putri, 2018).

Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia terdapat fenomena yang terjadi pada perusahaan sektor industri barang

konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang memiliki rata-rata dari rasio price to book value yakni besar maupun kecil rata-rata dari rasio tersebut sehingga nilainya menjadi fluktuatif setiap tahunnya. Berikut adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020:

Gambar 1. 1
Rata-Rata PBV



Sumber: idx.co.id, Data yang diolah

Pada gambar di atas terdapat rata-rata PBV pada perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Pada periode 2017 rata-rata PBV sebesar 2.82 dan pada periode 2018 mengalami peningkatan dengan nilai sebesar 2.99. Sedangkan pada periode 2019 rata-rata PBV mengalami penurunan dengan nilai sebesar 2.83 dan juga pada periode 2020 juga mengalami penurunan nilai dari PBV dengan nilai sebesar 2.81. Berdasarkan nilai rata-rata PBV, dapat dilihat pada perusahaan sub sektor makanan periode 2017-2020 ini mengalami penurunan dan kenaikan atau fluktuasi. Artinya semakin tinggi PBV suatu perusahaan maka nilai perusahaan semakin baik. Nilai perusahaan yang semakin baik akan dijadikan pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya dan

perusahaan tersebut dapat meningkatkan harga sahamnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor, salah satunya profitabilitas (Suwardika dan Mustanda, 2017). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal tertentu (Hanafi, 2008). Pertumbuhan profitabilitas suatu perusahaan merupakan salah satu indikator investor melihat prospek jangka panjang perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan yang baik setiap periodenya akan membuat nilai perusahaan tersebut juga dinilai semakin baik. Profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Septyanto and Nugraha (2021) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Rahayu, dkk (2020) dan Sumartono et.al (2020) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi pendapat ini bertolak belakang pada penelitian Sari dan Wahidahwati (2021) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang menyatakan bahwa terdapat faktor yang memberikan pengaruh negatif profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam perusahaan seperti hasil dari rata-rata profitabilitas lebih kecil dari rata-rata nilai perusahaan, sedangkan faktor eksternal berasal dari luar perusahaan seperti kondisi yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingginya

profitabilitas tidak memberikan jaminan terhadap nilai perusahaan yang tinggi dan begitu sebaliknya.

Faktor lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat dari keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan, apabila aset perusahaan semakin besar maka manajemen bisa mengelola aset perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Penelitian yang terkait dengan hal ini yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Suardana, dkk (2020) dan Setiawan, dkk (2020) mendapatkan hasil penelitiannya dimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sumartono et.al (2020) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana pada penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya (hutang) sudah terlunasi.

Kemudian pertumbuhan penjualan juga merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Pertumbuhan penjualan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran perusahaan dan kemampuan bersaing perusahaan dalam pasar. Peningkatan

pada pertumbuhan penjualan dapat menutupi biaya yang digunakan pada saat proses produksi dengan begitu laba juga akan meningkat, apabila laba perusahaan meningkat akan membuat nilai suatu perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, dkk (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Yulimtinan dan Atiningsih (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta menyatakan bahwa data penjualan di masa lalu dapat dijadikan alat untuk introspeksi para manajemen untuk mengoptimalkan sumber daya agar penjualan di masa mendatang lebih baik lagi. Namun meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi biaya-biaya lain.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan selanjutnya yaitu leverage (Suwardika dan Mustanda, 2017). Leverage adalah suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutang yang dimiliki perusahaan tersebut (Indrayani, dkk 2020). Rasio leverage ini dapat dilakukan dengan membandingkan kewajiban dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Kebutuhan dana bagi perusahaan yang bersumber dari hutang, diharapkan perusahaan mampu menginvestasikan dana ini dengan baik kedalam aset yang dibutuhkan dalam kegiatan operasi perusahaan, keuntungan dari investasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Penjelasan ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Qoiriyah dan Yahya (2021) dan Marhaeningtyas (2020) menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Yulimtinan dan Atiningsih (2021) leverage tidak berpengaruh terhadap perusahaan karena pada penelitiannya menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat leverage maka akan meningkatkan risiko bagi perusahaan karena kemungkinan tidak dapat membayar seluruh hutangnya. Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan karena dapat menurunkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ini karena sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman salah satu sektor yang akan terus tumbuh karena perusahaan ini sudah pasti dibutuhkan oleh manusia. Selain itu, peneliti memilih periode 2017-2020 karena untuk mengetahui kondisi terbaru dan untuk melihat pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage yang digunakan apakah berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada periode penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020?

2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020?
4. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020?
5. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor

makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya akuntansi dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan, pengetahuan serta pemahaman tentang hubungan profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, leverage terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi investor dalam memutuskan untuk melakukan investasi dengan melihat probabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan leverage dari suatu perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini yaitu Bab I, pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II, landasan teori dan kerangka pemikiran yang menguraikan tentang landasan teori, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran. Bab III, metode penelitian yang menguraikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional dan metode analisis data. Bab IV, hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang deskripsi data, gambaran data secara statistik, analisis data, dan pembahasan untuk masing-masing variabel. Bab V, penutup yang menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh setelah dilakukan, serta keterbatasan dalam penelitian dan saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.