

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Tujuan utama perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya adalah maksimalisasi kemakmuran pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai bisnis. Nilai perusahaan juga mencerminkan status perusahaan saat ini dapat menggambarkan prospek masa depan perusahaan, oleh karena itu nilainya perusahaan dinilai mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaannya. Performa perusahaan yang bagus menggambarkan bahwa perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik. Hal ini dapat tercerminkan dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan yang memiliki ukuran sangat besar tentunya diimbangi dengan pertumbuhan yang sangat baik setiap tahunnya.

Indonesia sendiri memiliki banyak sekali sektor dan sub sektor perusahaan. Salah satu sub sektor yang ada di Indonesia dan akan dibahas pada penelitian ini adalah sub sektor *food and beverage*. Menurut Dataindonesia.id, (2023) perusahaan *food and beverage* sendiri memiliki Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) sub sektor *food and beverage* naik 4,90% (yoy) pada 2022. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) sub sektor *food and beverage* sebesar Rp813,06 triliun pada

2022. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp775,10 triliun. Seperti tergambar pada grafik sebagai berikut :



Sumber : DataIndonesia.id, (2023)

Gambar 1. 1
Grafik PDB Food and Beverage

Pada grafik diatas dapat dilihat pertumbuhan kinerja sub sektor *food and beverage* konsisten tumbuh sejak satu dekade terakhir. Selama periode tersebut, pertumbuhan tertinggi terjadi pada 2012 yang mencapai 10,33%. Namun, pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 1,58%. Penurunan tersebut disebabkan oleh wabah penyakit Covid-19.

Keadaan tersebut tidak berlangsung lama, karena pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 sub sektor ini mengalami kenaikan. Sub sektor *food and beverage* di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen

menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persinya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun.

Menurut (Kementrian Keuangan Republik Indonesia, 2022) menjelaskan bahwa pengolahan makanan dan minuman merupakan salah satu industri paling matang di Indonesia, dengan sejumlah besar bisnis bersaing untuk penjualan. Sebagian besar merupakan perusahaan kecil atau mikro, namun tidak sedikit perusahaan besar seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mencatat penjualan bersih perusahaan per kuartal I 2022 atau selama tiga bulan pertama tahun ini tembus Rp17,18 triliun, Wings Group, dan Garuda Food, anak perusahaan Tudung Group.

Menurut (Brigham, 2019), teori sinyal mengacu pada tindakan manajemen perusahaan untuk memberikan nasihat kepada investor saat ini atau calon investor tentang prospek perusahaan. Pada konteks ini, tindakan ini merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan mengirimkan sinyal positif atau negatif kepada pasar tentang status dan aktivitas perusahaan. Sinyal dapat terbentuk dari setiap aktivitas perusahaan bisa dalam bentuk peningkatan aset perusahaan, peningkatan laba tahun berjalan, dan pergerakan *downtrend* harga saham, sehingga investor atau calon investor memiliki referensi sebagai dasar menentukan keputusan. Jika keputusan dari investor adalah untuk membeli saham perusahaan tersebut, maka nilai suatu perusahaan akan meningkat secara efektif, karena selain dari penjualan, perusahaan

memperoleh dana bantuan dari investor, sehingga modal perusahaan meningkat bersamaan dengan nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan, dalam hal ini teori sinyal berfungsi sebagai tanda perusahaan memiliki performa yang bagus dengan ditandai sinyal positif yang diberikan kepada para investor, sehingga nantinya membuat investor tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Teori ini memperkuat variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan itu sendiri, karena perusahaan akan memberikan tanda sinyal positif diawali dengan perusahaan itu mengalami profit yang tinggi, dan hal itu juga bisa menjadi awal para investor untuk mulai tertarik dengan perusahaan tersebut.

Perusahaan setiap tahunnya berupaya untuk meningkatkan performa perusahaan guna untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan, sehingga banyak calon investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Nurlila Hergianti & Endang Dwi Retnani, (2020) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja sebuah perusahaan. Pengukuran yang digunakan dalam variabel nilai perusahaan yaitu *price book value* dengan membagikan harga saham saat ini dengan nilai buku per lembar saham. Oleh karena itu, jika perusahaan mampu manajemen perusahaan dengan baik, tentu dapat meningkatkan minat investor dalam berinvestasi sehingga nilai perusahaan tumbuh. Sinyal terbentuk pada aktivitas perusahaan yang menimbulkan sinyal positif atau negatif pada investor dalam keputusan investasi. Jika investor menganggap bahwa informasi ini

merupakan sinyal positif, tentu investor akan menginvestasikan sesuai dengan manajemen keuangan investor, sehingga nilai perusahaan meningkat.

Perusahaan memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan produk yang diperjualkan kemasyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Joan Yuliana Hutapea et al., (2020) mengatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas dapat menentukan eksistensi perusahaan disudut pandang masyarakat. Pengukuran yang digunakan dalam menentukan profitabilitas yaitu *return on asset*, dengan membagikan laba bersih dengan total *asset*. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba tahunan perusahaan, tentu dapat menimbulkan sinyal positif yang dapat meningkatkan minat investor dalam menanamkan dana keperusahaan tersebut. Penanaman modal ke perusahaan tersebut menyebabkan nilai perusahaan yang tumbuh yang disebabkan oleh kenaikan modal perusahaan. Hal ini terjadi *reserch gap* yang dilakukan oleh Joan Yuliana Hutapea et al., (2020) dan Reschiwati et al., (2020) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman Alfawzan, (2023); Atiningsih, (2021); Dang et al., (2019); Dewi, (2021); Indrayani Kadek Ni et al., (2021); Wina Ayu Isnaeni, (2021) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Terdapat perbedaan pendapat peneliti terdahulu, maka peneliti akan mengambil profitabilitas sebagai variabel independen.

Likuiditas adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi berarti mempunyai kemampuan membayar hutang

jangka pendeknya, sehingga cenderung mengurangi jumlah hutang yang dimilikinya menurut Reschiwati et al., (2020). Selain itu juga, jika perusahaan mempunyai likuiditas yang tinggi maka kinerjanya dinilai baik oleh investor. Semakin likuid suatu aset, semakin mudah penarikan uangnya. Likuiditas yang tinggi dapat berarti aset tersebut mudah diubah menjadi uang tunai. Namun jika suatu aset dianggap memiliki rasio likuiditas yang rendah, maka akan sulit untuk jual beli di pasar karena rendahnya tingkat penawaran dan permintaan serta penilaian kinerja perusahaan di mata investor. Sehingga dapat disimpulkan likuiditas digunakan sebagai tolak ukur atau acuan untuk menilai kemampuan perusahaan membiayai kebutuhan dan kegiatan operasional serta investor dapat membuat kesimpulan perusahaan tersebut nilainya dalam keadaan bagus atau tidak. Hal ini terjadi *reserch gap* yang dilakukan oleh Sulaiman Alfawzan, (2023); Indrayani Kadek Ni et al., (2021) dan Idris, (2021) bahwa menyatakan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut penelitian Reschiwati et al., (2020) bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Terdapat perbedaan pendapat peneliti terdahulu, maka peneliti akan mengambil harga saham sebagai variabel independen.

Perusahaan memiliki ukuran dalam menilai berapa banyak aset yang dimiliki perusahaan yang dapat diketahui melalui laporan keuangan. Menurut Bambu et al., (2022) bahwa ukuran perusahaan menjadi suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pengukuran perusahaan ditentukan dengan menghitung *logaritma natural* pada total aset. Jika semakin tinggi kenaikan

aset perusahaan, maka hal ini mengindikasikan bahwa aset yang bertambah bisa berasal dari penjualan perusahaan maupun dana dari eksternal, baik investor maupun kreditur. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya suatu aset perusahaan dapat menimbulkan sinyal positif bagi investor, sehingga dapat meningkatkan minat investor atau kreditur dalam mendanai perusahaan yang mengakibatkan modal perusahaan meningkat bersamaan dengan nilai perusahaan yang tumbuh. Hal ini terjadi *research gap* yang dilakukan oleh Indrayani Kadek Ni et al., (2021) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman Alfawzan, (2023); Atiningsih, (2021); Dang et al., (2019); Wina Ayu Isnaeni, (2021) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan menurut Reschiwati et al., (2020) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Terdapat perbedaan pendapat peneliti terdahulu, maka peneliti akan mengambil ukuran perusahaan sebagai variabel independen.

Perusahaan yang terus tumbuh setiap tahunnya memiliki prospek masa depan yang baik, hal ini berkaitan pula dengan kenaikan aset perusahaan atau pertumbuhan perusahaan. Menurut Bambu et al., (2022) bahwa pertumbuhan atau *growth* ialah perubahan total aset baik berupa peningkatan juga penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun). Hal ini mirip seperti ukuran perusahaan yang membedakan adalah ukuran perusahaan mengkategorikan perusahaan dari banyak aset yang dimiliki perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan adalah mengukur peningkatan aset perusahaan dalam satu periode. Pengukuran pertumbuhan perusahaan dengan menghitung selisih total aset tahun

sekarang dari total aset tahun sebelumnya, kemudian dibagi dengan total aset tahun sebelumnya. Peningkatan pada aset perusahaan hal ini akan menimbulkan sinyal positif bagi investor, sehingga investor berinvestasi pada perusahaan tersebut. Pada peningkatan investor dalam berinvestasi dapat meningkatkan modal perusahaan bersamaan dengan nilai perusahaan yang meningkat. Hal ini terjadi *research gap* yang dilakukan oleh Dang et al., (2019); Wina Ayu Isnaeni, (2021) bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, (2021) bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Terdapat perbedaan pendapat peneliti terdahulu, maka peneliti akan mengambil pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor *Food And Beverages*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian berdasarkan penjelasan pada latar belakang adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas yaitu:

1. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menganalisis apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menganalisis apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat praktis :

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pertimbangan dan alat yang memprediksi seberapa pengaruhnya dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverages* tahun 2020-2022.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi literatur di Perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dan juga memberikan pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverages* tahun 2020-2022.

3. Peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi para investor dalam menilai sebuah perusahaan.

b. Manfaat teoritis :

Dapat memberikan informasi terkait pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di sub sektor *food and beverages* tahun 2020-2022, sehingga nantinya akan menjadi bahan pertimbangan untuk berinventasi

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut uraian sistematika penulisan dalam penelitian ini yang dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan terkait penelitian terdahulu yang sejenis yang pernah dilakukan secara teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, landasan teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang beberapa metode penelitian yang diantaranya adalah rancangan penelitian, teknik penentuan informan, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas mengenai gambaran subjek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran.

