

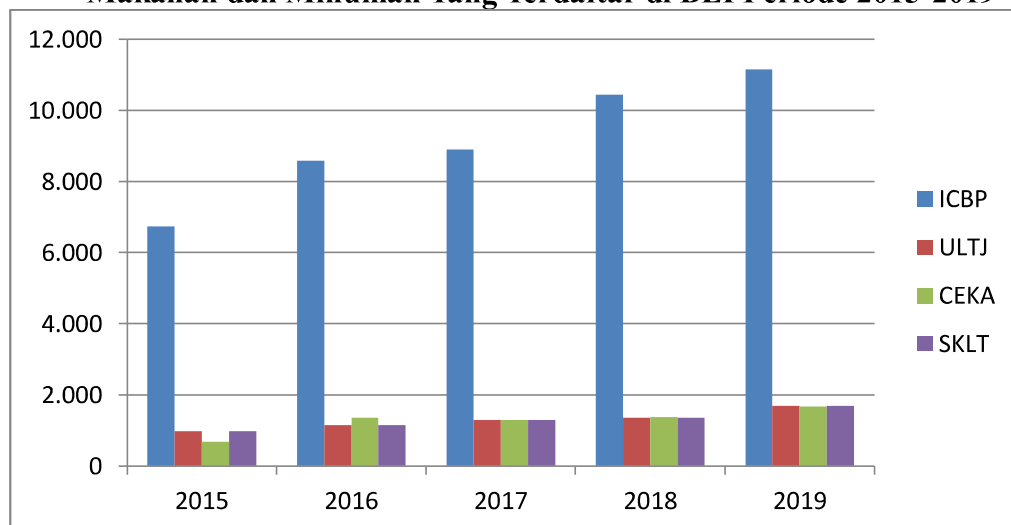
BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan berdiri memiliki tujuan utama yakni untuk mencapai keuntungan yang maksimum, meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham perusahaan. Adanya persaingan antar perusahaan memicu masing-masing perusahaan mencari cara untuk meningkatkan nilai perusahaan yang baik. Meningkatnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham suatu perusahaan. Saham perusahaan *go public* yang diperdagangkan pada harga tertentu mengisyaratkan respon dan penilaian pasar terhadap perusahaan. Harga saham menunjukkan jumlah yang dianggap layak oleh investor untuk dikeluarkan dalam rangka memperoleh porsi kepemilikan dalam perusahaan (Fidhayati dan Dewi,2012) dalam (Rahadi dan Octavera, 2018).

Industri yang bergerak di sektor makanan dan minuman sampai dengan tahun 2019. Masih mencatat pertumbuhan harga saham yang cukup baik. Beberapa pertumbuhan harga saham perusahaan di sub sektor makanan dan minuman periode 2015-2019.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019



Sumber : yahoofinance.co.id, data diolah 2020

Berdasarkan gambar pertumbuhan harga saham perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019 diatas, menunjukkan bahwa pertumbuhan harga saham selama 5 tahun terakhir dari 2015-2019 pada beberapa perusahaan makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Dapat dilihat dari tabel diatas pada tahun 2015-2019 perusahaan yang memiliki harga saham tertinggi adalah ICBP pada tahun 2015 sebesar Rp. 6,737 , tahun 2016 sebesar Rp. 8,575 , tahun 2017 sebesar Rp. 8,900 , tahun 2018 sebesar Rp. 10,400 , tahun 2019 sebesar Rp. 11,150. Sedangkan, ULTJ memiliki harga saham yang terus meningkat pada tahun 2015 sebesar Rp. 986 , tahun 2016 sebesar Rp. 1,142 , tahun 2017 sebesar Rp. 1,295 , tahun 2018 sebesar Rp. 1,350 , tahun 2019 sebesar Rp. 1,680. Harga saham digunakan untuk menunjukkan bahwa semakin tinggi harga saham maka perusahaan akan semakin mampu untuk meningkat nilai perusahaan.

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan, yang tercermin pada harga saham bagi perusahaan yang telah *go public* (Sudana, 2011:10). Nilai perusahaan yang optimal sangat penting bagi seorang manajer maupun investor. Manajer yang mampu meningkatkan nilai perusahaan maka telah menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan. Sedangkan bagi investor, meningkatnya nilai perusahaan merupakan pandangan yang baik terhadap perusahaan sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi dan membuat harga saham perusahaan akan mengalami peningkatan.

Bagi perusahaan *go public*, pergerakan harga saham suatu perusahaan dapat dilihat pada bursa saham. Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Dan semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kinerjanya dengan baik. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio Tobin's Q. Rasio ini merupakan rasio yang dapat menunjukkan tingkat efektifitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan, yaitu dengan membandingkan nilai pasar saham yang dijumlahkan hutang dan dibagi total aset perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi rasio Tobin's Q maka perusahaan

akan semakin mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan (Rahmantio et al, 2018).

Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Harga saham adalah salah satu penilaian dari nilai perusahaan.

Nilai perusahaan (*firm value*) pada dasarnya juga menunjukkan kekayaan bersih dari pemilik perusahaan (*shareholder wealth*). Oleh karena itu, meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari pemilik perusahaan. Manajemen perusahaan memiliki tanggung jawab utama kepada pemilik untuk menciptakan dan sekaligus meningkatkan nilai perusahaan yang dipimpinnya (Sugeng, 2017:9).

Menurut beberapa literatur terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya yaitu: (i) likuiditas (Kasmir, 2018; Subramanyam, 2014), (ii) *leverage* (Hasibuan et al, 2016; Sambora et al, 2014), (iii) profitabilitas (Chasanah, 2018; Triagustina, 2016), dan (iv) ukuran perusahaan (Widiastari et al, 2018; Chasanah, 2019).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek serta tepat waktu. Hal ini penting untuk diperhatikan, karena kegagalan dalam membayar kewajiban dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan (Fahmi, 2014 :121).

Penelitian yang dilakukan oleh (Kasmir, 2018:134) menunjukkan bahwa penulis menggunakan rasio lancar untuk mengukur rasio likuiditas. Rasio lancar atau (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan

dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Alasan penggunaan rasio lancar ini antara lain mudah dipahami, mudah dihitung dan ketersediaan datanya. Penggunaan rasio ini juga berasal dari kecenderungan kreditor (terutama bankir) memandang situasi kredit sebagai kondisi yang menjadi pilihan terakhir (Subramanyam, 2014:145).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* (rasio solvabilitas) merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh utang dengan semua aset atau aset menjadi pinjaman utang. Solvabilitas perusahaan penting untuk diketahui karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi atau membayar semua pinjaman melalui jumlah aset yang dimiliki (Darya, 2019:144).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan et al (2016) merupakan bahwa leverage yang diukur dengan *debt equity ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Sambora et al (2014) leverage yang diukur dengan *debt to equity* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisien perusahaan (Kasmir, 2018:196). Mengingat pentingnya profitabilitas untuk perusahaan, maka penting untuk manajemen mengevaluasi performa perusahaan dan melakukan perencanaan di masa mendatang. Manajemen juga perlu memperhatikan kepentingan para pemodal (investor) agar investor tetap tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2018) menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian Triagustina (2014) profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan (Sartono, 2010:249). Dalam hal ini, ukuran perusahaan dinilai dengan menggunakan total aset. Perusahaan yang lebih besar akan semakin mudah untuk mendapatkan dana eksternal berupa hutang dalam jumlah yang besar sehingga akan membantu kegiatan operasional dan menyebabkan produktivitas perusahaan meningkat. Selain itu, perusahaan yang lebih besar diharapkan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki aset terbatas. Sehingga dalam hal ini, ukuran perusahaan dianggap mampu dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiastari dan Yasa (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *ln* total aset memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *ln* total aset tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulisan merasa tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan tersebut mempengaruhi nilai perusahaan pada sejumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul: **“Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, masalah pokok penelitian ini adalah apakah likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini likuiditas diproksikan dengan *current ratio* (CR), *leverage* diproksikan dengan *debt equity ratio* (DER), profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA), dan ukuran perusahaan diproksikan dengan (*In*) total aset. Dengan demikian, secara rinci masalah pokok penelitian ini adalah:

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2015-2019?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2015-2019?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2015-2019?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2015-2019?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Investor

Untuk mengetahui pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan

minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. **Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman.

3. **Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.