

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Industri ini merupakan salah satu tahap perkembangan ekonomi yang dianggap penting untuk dapat mempercepat kemajuan ekonomi suatu bangsa. Industrialisasi merupakan proses perubahan struktur ekonomi dari struktur ekonomi pertanian atau agraris ke struktur ekonomi industri. Tidak dapat dipungkiri bahwa industrialisasi memberikan dampak yang positif bagi perekonomian di Indonesia, dengan kata lain sektor industri manufaktur muncul menjadi penyumbang nilai tambah yang dominan dan telah tumbuh pesat mengimbangi laju pertumbuhan sektor pertanian.

Tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009)

Perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan produk kemudian dijual guna memperoleh keuntungan yang besar. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan manajemen dengan tingkat efektifitas yang tinggi. Pengukuran tingkat efektifitas manajemen yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan dari pendapatan

investasi, dapat dilakukan dengan mengetahui seberapa besar rasio profitabilitas yang dimiliki ( Brigham 2010).

Menurut Husnan S dan Pudjiastuti (2012). Nilai Perusahaan merupakan harga mati yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Dan nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun pada prospek perusahaan di masa depan. Mengingat pentingnya nilai perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan investasi, maka diperlukan suatu metode yang tepat untuk mengukurnya. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan seorang manajer dalam mengelola perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi, maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada di atas atau dibawah nilai yang sebenarnya. Sedangkan nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah *go public*, dapat ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa yang tercermin dari *listing price* (Karnadi, 1993).

Namun terkadang perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat di karenakan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Pemegang saham memberikan kepercayaan kepada pihak lain untuk mengelola perusahaan. *Agency theory* menyatakan berbeda, pihak manajemen bisa saja bertindak mengutamakan kepentingan dirinya sendiri (Jensen dan Meckling, 1976). Perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dengan pemegang saham disebut dengan *agency conflict*, oleh karena itu munculnya perbedaan antara pemegang saham dan pihak manajemen.

Untuk itu pemilik dari suatu perusahaan mempercayakan perusahaan kepada manajer, memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tugas manajer keuangan. Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek dimasa yang akan datang dibanding pemilik

(pemegang saham). Nilai perusahaan yang maksimal merupakan hasil penentuan dari struktur modal yang optimal.

Profitabilitas menjadi penting karena perusahaan pada umumnya bertujuan utama menghasilkan keuntungan, sedangkan hutang memiliki pengaruh baik ataupun buruk bagi perusahaan. Fenomena ini dibuktikan dengan kenyataan bahwa di satu sisi, perusahaan harus dapat menghasilkan keuntungan untuk dapat menutupi kewajibannya terhadap para pemegang saham dan untuk menghindari melakukan pinjaman kepada pihak eksternal demi kelangsungan hidup perusahaan. Namun hal ini tidak sepenuhnya benar karena pada perusahaan tertentu yang *bonafit*, hutang digunakan sebagai alat untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga fenomena inilah yang menarik untuk meneliti.

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan salah satunya yang terjadi sebagai berikut :

1. Grup Salim yang banyak bergerak di bisnis sektor barang konsumsi diperkirakan masih punya prospek bagus. Dalam beberapa tahun terakhir, Grup Salim banyak menambah aset lewat sejumlah akuisisi. Tahun ini pun Salim masih memiliki beberapa target ekspansi bisnis yang berpotensi mengerek kinerjanya. Hasilnya, mulai kelihatan. Tahun 2014, holding usaha Grup Salim, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) membukukan penjualan bersih Rp 63,59 triliun naik 14,3 persen ketimbang penjualan 2013. Pencapaian itu mengerek laba bersihnya menjadi Rp 3,89 triliun, tumbuh 55,2 persen dari 2013. Memang, tahun lalu Indofood banyak mendapat tekanan dari kenaikan beban harga bahan baku. Namun, emiten ini bisa menyiasatinya dengan mengerek harga jual produk dan menjaga efisiensi. Hal ini membuat bisnis Indofood membaik [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com), 2015.
2. Penjualan Coca-cola anjlok Diposting pada 2016, Diposting pada tanggal Rabu, 20 April 2016. Penjualan Coca-Cola (KO.N) turun selama empat kuartal karena permintaan untuk minuman bersoda menurun di Eropa. Selain itu, dolar yang kuat mengikis nilai penjualan di pasar di luar Amerika Serikat, termasuk Amerika Latin. Pembuat Sprite dan Minute Maid turun sekira 1 persen menjadi USD46 di perdagangan premarket pada hari Rabu. Coke dan saingannya PepsiCo Inc (PEP.N) terpukul karena konsumen semakin sadar akan pentingnya kesehatan,

membuat konsumen minuman bersoda beralih ke teh, jus buah dan smoothie. Penguatan dolar juga telah memukul kinerja keuangan perusahaan, menjadi salah satu yang mempengaruhi pasar coca-cola di luar AS, termasuk China, Eropa dan Brasil. <http://economy.okezone.com/read/2016/04/02/278/1368314/>.

Menurut Kasmir (2010) Profitabilitas merupakan sektor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manager mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah.

Likuiditas adalah kemampuan untuk membayar kewajiban financial jangka pendek tepat pada waktunya menurut Sartono (2001). Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan peranan penting dalam kesuksesan perusahaan (Owolabi,2012). Kontribusi variabel likuiditas pada aspek *current ratio* (CR) dan *quick ratio* (QR) dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat dikemukakan bahwa, rasio-rasio ini memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, dimana semakin besar persentase *current ratio* (CR) dan *quick ratio* (QR), maka perusahaan memiliki tingkat likuidasi yang baik, Likuiditas yang tinggi dapat mempengaruhi investor untuk berinvestasi pada perusahaan sehingga permintaan saham perusahaan akan meningkat dan kemudian harganya naik yang akan memberikan persepsi positif terhadap kondisi perusahaan serta akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut sifatnya *non siklikal* yang artinya bahwa sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh atau musim ataupun perubahan kondisi perekonomian secara inflasi. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancaran produk industri makanan dan minuman akan tetap terjamin, karena industri bergerak pada bidang pokok manusia. Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam kondisi apapun, melihat kondisi ini maka banyak perusahaan yang ingin masuk ke sektor tersebut, sehingga persainganpun tidak dapat dihindarkan. Untuk itu perusahaan harus mampu mengatur dan mengelola keuangannya dengan baik serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan dapat memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan makanan dan minuman menjadi salah satu target investasi dengan prospek ke depan yang menjanjikan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian kembali yang berjudul: **“Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018”**.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan, dengan perumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
2. Apakah terdapat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
3. Apakah Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mengidentifikasi besarnya rasio dan tingkat likuiditas masing-masing perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi sarana pengambilan kebijakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pengusaha tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas.