

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Manufaktur adalah industri yang sangat menguasai perusahaan-perusahaan yang saat ini terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dan banyak perusahaan industri manufaktur tersebut disatukan menjadi beberapa sub kategori industri. Diantaranya yaitu dasar & kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi. Banyaknya perusahaan dalam industri serta kondisi yang saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan Manufaktur lainnya. Perusahaan manufaktur memiliki suatu kinerja dan saham yang sangat baik dan menjadi suatu prioritas investasi karena memiliki suatu peluang yang besar. Adanya peluang dalam industri manufaktur tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya agar mencapai tujuan perusahaan semaksimal mungkin.

Dalam penelitian ini memilih untuk perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. Di Indonesia perusahaan makanan dan minuman semakin lama akan semakin meningkat jumlahnya karena barang konsumsi makanan dan minuman sangatlah penting bagi untuk manusia selain pakaian dan tempat tinggal, maka dari itu perusahaan barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu peluang dalam usaha yang mempunyai prospek yang sangat baik.

Perusahaan makanan dan minuman masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Fenomena yang berhubungan dari nilai perusahaan adalah Kementerian Perindustrian mencatat sepanjang 2018, industri makanan dan minuman mampu meningkat sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional diangka 5,17 persen. Bahkan pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 meningkat sebesar 3,90 persen terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sub sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018

menyumbang hingga Rp56,60 triliun. Hal ini membuktikan bahwa industri makanan dan minuman mempunyai peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan yang ingin masuk dalam ini (kemenperin.go.id,2018).

Fenomena yang kedua adalah Emiten produsen makanan PT Sentra Food Indonesia Tbk yaitu perusahaan sosis yang mengalami penurunan total pendapatan antara 25 persen sampai 50 persen sedangkan laba bersih turun lebih dari 75 persen untuk periode yang berakhir 30 juni 2020 dibanding kan dengan 30 juni 2019. Hal itu mengakibatkan memecat 5 karyawan sehingga total perkerja saat ini 224. Selain itu perusahaan juga melakukan pemotongan gaji sampai dengan 50 karyawan. Perusahaan saat ini memiliki utang jangka pendek yang bakal jatuh tempo sebesar Rp10 miliar. Manajemen memperkirakan covid 19 akan membuat perusahaan dalam memenuhi kewajiban. (Bisnis.com)

Fenomena yang ketiga adalah Penjualan Coca – cola merosot pada tahun 2020 dikarenakan dampak pademi Covid-19 dilansir dari *Bloomberg*, raksasa produsen minuman tersebut mencatat penurunan volumen penjualan sekitar 25 persen sejak awal april berdasarkan laporan keuangan yang dirilis (21/4/2020). Dikarenakan langkah dari pembatasan interaksi sosial dan *lockdown* telah menekan penjualan terutama diluar negeri, karena stadion dan pusat hiburan, yang menjadi sumber pendapatan mayoritas perusahaan ditutup. Dampak utama pada kinerja satu tahun penuh tergantung pada durasi kebijakan pembatasan tersebut meskipun dampak utamanya tidak dapat diperediksi dan volume penjualan minuman turun hingga 2 persen pada kuartal pertama, didorong oleh penurunan di negara China perusahaan masih tetap percaya tekanan pada bisnis bersifat sementara dan tetap optimis melihat peningkatan berurutamdi paruh kedua tahun 2020. (Bisnis.com, 2020).

Pelaksanaan dan pengembangan usaha, industri makanan dan minuman memerlukan modal yang secara umum terdiri dari sumber pembiayaan internal dan sumber pembiayaan eksternal perusahaan. Sumber pembiayaan eksternal yaitu dana yang berasal dari luar perusahaan dengan cara meminjam kepada kreditur atau melalui penerbitan saham. Hal ini dilakukan karena dalam mengembangkan usaha suatu perusahaan dibutuhkan dana yang besar dan dana yang berasal dari dalam perusahaan tersebut tidak mencukupi kebutuhan perusahaan. Sehingga

perusahaan berusaha mencari dana tambahan yang berasal dari sumber pembiayaan eksternal. Sedangkan pembiayaan internal yaitu dana yang berasal dari dalam perusahaan dimana pemenuhan kebutuhan modal berasal dari dana yang didapatkan oleh perusahaan. Berdasarkan hal tersebut sumber pembiayaan internal sering juga disebut sebagai sumber utama untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan.

Investor sebelum investasi atau memberikan dana yang besar kepada perusahaan untuk ekspansi perusahaan. Hal yang menjadi suatu pertimbangan investor ialah nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangatlah penting karena adanya nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham, semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham diajukan oleh harga pasar dari saham. Harga saham ialah cerminan berbagai keputusan investasi, pendanaan (financing) dan manajemen aktiva. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat dengan adanya tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Hal ini dapat dijelaskan secara sederhana yaitu : nilai perusahaan (Value) adalah hutang (debt) ditambah modal sendiri (equity) naiknya modal sendiri akan meningkatkan harga per lembar saham perusahaan (Atmaja, 2008)

Rasio profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri (Sartono, 2001: 122). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan return on equity (ROE). Return on equity (ROE) ialah rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengambian equitas terhadap pemegang saham. Menurut (Zubir, 2017) ukuran perusahaan yang relatif besar membuktikan bahwa perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon aktif dan nilai perusahaan akan meningkat dan perusahaan yang berukuran besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi goncangan ekonomi, begitu juga sebaliknya. Sehingga para investor cenderung menyukai perusahaan yang berukuran besar daripada perusahaan kecil. Hal ini juga menjadikan ukuran perusahaan sebagai salah satu faktor yang memperkuat dalam mendapatkan profitabilitas sehingga membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik lagi. Penelitian yang dilakukan oleh (Astuti dan

Setiawati, 2014) variabel profitabilitas yang diukur dengan ROE. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suranta dan Midiastuty, 2003) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, nilai suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh tingkat leverage. Leverage sebagai kemampuan perusahaan untuk menggambarkan hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, Leverage yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki resiko leverage yang lebih kecil. Leverage perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). DER menunjukkan tingkat resiko suatu perusahaan dimana semakin tinggi rasio DER perusahaan maka semakin tinggi risikonya karena pendanaan unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri (equity). Pada tingkat tertentu, rasio DER dapat memberikan nilai terhadap perusahaan karena bisa digunakan untuk meningkatkan produksi perusahaan akhirnya bisa meningkatkan laba. Akan tetapi, rasio DER yang terlalu tinggi akan merugikan bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan akan menanggung biaya modal yang besar sehingga laba yang diperoleh akan habis untuk membayar biaya modal tersebut. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha agar tingkat DER yang dimiliki tidak lebih dari satu dalam struktur pendanaanya (Brigham dan Houston 2001). Beberapa penelitian mengatakan bahwa leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Hardiningsih, 2009). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Lau dan Haryadi, 2016), menghasilkan bahwa leverage memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa teori dan beberapa penelitian diatas, ada hal yang menarik sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut yaitu memunculkan variabel moderating ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dipilih dalam model ini dengan didasari pemikiran awal bagaimana ukuran perusahaan yang dapat mempengaruhi dari profitabilitas dan leverage terhadap

nilai perusahaan dimana efek pademik covid-19 yang mengakibatkan perusahaan kecil dan perusahaan besar yang mengalami penurunan penjualan. ukuran perusahaan yang relatif besar membuktikan bahwa perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon aktif dan nilai perusahaan akan meningkat dan perusahaan yang berukuran besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi dan perusahaan yang melakukan pendanaan utang atau pinjaman yang dipergunakan untuk meningkatkan keuntungan dalam menghadapi dampak dari penurunan penjualan yang diakibatkan covid 19. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian guna untuk mengetahui hasil yang sebenarnya terjadi dengan data yang relevan.

Dari uraian diatas maka dari itu sang penulis sangat tertarik dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman?
2. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman.

2. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman.
3. Untuk mengetahui ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman.
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Dapat menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam melakukan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan khususnya perusahaan manufaktur makanan dan minuman serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

2. Bagi calon investor

Investor mengetahui akan saham dan obligasi yang dikeluarkan oleh perusahaan tentunya untuk melihat adanya kemungkinan bangkrut atau tidaknya perusahaan yang menjual surat berharga tersebut, karena investor yang menganut strategi aktif akan mengembangkan model prediksi kebangkrutan untuk melihat tanda-tanda kebangkrutan seawal mungkin dan kemudian mengantisipasi kemungkinan

3. Bagi penulis

Dapat menambatkan suatu wawasan dan pengetahuan serta dapat juga untuk digunakan sebagai bahan kajian teoritis dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi ilmu pengetahuan

Dengan penelitian ini menambah informasi dan pemahaman tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di BEI