

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Sektor industri *food and beverages* merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan cukup signifikan setiap tahunnya. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, *volume* kebutuhan terhadap *food and beverages* pun terus meningkat. Industri *food and beverages* adalah sektor yang berkembang sangat pesat diseluruh dunia, termasuk di Indonesia. Masyarakat Indonesia memiliki sifat serta kebiasaan yang berbeda-beda dalam pemilihan produk untuk semua pemenuhan kebutuhannya serta kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan *ready to eat* menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang *food and beverages*. Bisnis *food and beverages* di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai teknologi yang sangat modern yang digunakan untuk menunjang aktivitas operasional pada perusahaan agar terus bersaing dengan perusahaan-perusahaan sektor *food and beverages* lainnya. Hal tersebut dikarenakan industri *food and beverages* asing telah melakukan ekspansi secara meluas keseluruh dunia, dan salah satu target prioritas mereka adalah Indonesia.

Sektor industri *Food and Beverages* masih menjadi penyokong utama perekonomian Indonesia. Sektor industri *food and beverages* adalah sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Industri ini merupakan sektor tertinggi dan berkontribusi dalam sektor ekonomi. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan, industri *food and beverages* konsisten memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi nasional. Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi champion, karena supply dan user-nya banyak. Untuk itu, salah satu kunci daya saingnya di sektor ini adalah *food innovation and security*. *Food and beverages* memiliki persentase terbesar yaitu 6,33 % terhadap PDN nasional semester I 2018 dibanding industri kimia sebesar 2,9%, logam, computer dan mesin sebesar 2,08

%, alat angkutan 1,76 %, serta tekstil dan pakaian sebesar 1,13 % (www.kompas.com).

Kemenperin mencatat, industri *food and beverages* mampu tumbuh hingga 8,67 persen pada triwulan II tahun 2018. Kinerja ini melampaui pertumbuhan ekonomi nasional. industri *food and beverages* juga memberikan kontribusi besar terhadap nilai investasi sepanjang semester I tahun 2018, di mana menyumbang sebesar 47,50 persen atau senilai Rp21,9 triliun untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) (www.kemenperin.go.id). Sedangkan, untuk penanaman modal asing (PMA), industri makanan menyettor 10,41 persen (USD586 juta). Pertumbuhan industri *food and beverages* tahun ini akan stabil tumbuh dan disesuaikan pada kondisi ekonomi serta daya beli masyarakat Indonesia yang diperkirakan masih seperti tahun lalu (Wakil Kepala Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) Sribugo Suratmo,2019) (<https://industri.kontan.co.id>). Kementerian Perindustrian memproyeksikan industri *food and beverages* dapat tumbuh tinggi pada semester I tahun 2019. Kinerja positif sektor manufaktur tersebut, didukung adanya momentum pemilihan umum dan Ramadhan. konsumsi produk-produk sektor industri itu semakin meningkat, terutama di pasar domestik. Sektor ini banyak diminati oleh investor untuk menanamkan sahamnya, karena perusahaan *food and beverages* sendiri merupakan perusahaan yang pada umumnya telah menjadi kebutuhan masyarakat. Dengan latar belakang tersebut maka sektor *food and beverages* menjadi menarik untuk diteliti.

Salah satu tujuan utama perusahaan yang telah *go public* ialah meningkatkan kemakmuran para pemegang saham atau pemilik dengan cara peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap investor. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat serta tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang (Sudana, 2015:8). Nilai perusahaan merupakan peningkatan kesejahteraan pemegang saham dan *return*

perusahaan apabila harga saham meningkat dan akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan dianggap sebuah prestasi dari kinerja manajer atas kepercayaan investor dalam melaksanakan operasional perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham (Hermanto et al, 2016). Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan maupun nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham (Leonardus et al, 2017).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor pertama yaitu *leverage*. Teori *trade off* menjelaskan bahwa semakin tinggi utang dalam perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat selama utang pada batas maksimal. Agar utang tetap dalam batas wajar, maka manajer keuangan harus menentukan penggunaan utang yang secara tepat, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis. Dalam investasi utang digunakan sebagai tambahan dana untuk membiayai aktiva perusahaan serta diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena aktiva perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba. Peningkatan nilai perusahaan bisa terjadi karena peningkatan jumlah utang yang masih dibawah titik optimalnya dan digunakan oleh manajemen perusahaan atas utang tersebut untuk melakukan ekspansi pada perusahaan. Setiap perusahaan yang ingin tetap “*survive*” (hidup terus) dan sukses haruslah berusaha agar dapat selalu berkembang, sehingga perusahaan membutuhkan tambahan modal dengan utang untuk mengadakan ekspansi (Riyanto, 2010:301). Dengan adanya utang akan meningkatkan kontrol eksternal para kreditor secara lebih intensif untuk melindungi kepentingan serta sumber-sumber dana yang digunakan perusahaan untuk operasional sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan itu sendiri.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Sitanggang (2013:76) menyatakan perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana untuk memperoleh tambahan

modal dengan utang. Perusahaan besar lebih banyak menggunakan utang dibandingkan perusahaan kecil, karena perusahaan besar memiliki arus kas yang lebih stabil, sehingga akan mampu mengurangi risiko dari penggunaan utang Chen dan Strange (2008) dalam (Maria et al., 2019). Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset. Ukuran perusahaan merupakan indikator kekuatan *financial* dalam suatu perusahaan berdasarkan asset yang dimiliki pada periode tertentu. Ukuran perusahaan yang semakin besar maka dipastikan dana yang dikelola dalam pengelolaan perusahaan juga semakin kompleks. Perusahaan yang lebih besar lebih mudah untuk menghasilkan dana secara internal maupun mendapatkan akses dana dari sumber eksternal, yang dapat memiliki efek baik dalam meningkatkan kinerja perusahaan maupun nilai perusahaan. Hal tersebut memberi peluang perusahaan besar dalam menghasilkan keuntungan serta mendukung kegiatan operasional perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. Peningkatan harga saham mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan yang ditentukan pada harga saham yang tercantum di Bursa Efek. Harga pasar saham juga mengindikasikan nilai perusahaan, dengan semakin tingginya nilai perusahaan maka harga pasar saham perusahaan juga meningkat (Sudana, 2015:164).

Faktor ketiga yang dapat menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan (Leonardus et al., 2017). Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menjadi daya tarik para investor. Bagi investor profitabilitas salah satu indikator penting dalam menilai kondisi kinerja perusahaan karena profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan serta dalam memenuhi tingkat *return* yang akan diterima oleh investor. Investor akan tertarik pada perusahaan yang memiliki *profit* yang besar. Hal ini dikarenakan investor selalu ingin memperoleh keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan. Tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*). Perusahaan yang dapat meningkatkan profitnya secara stabil, maka hal tersebut dipandang sebagai sinyal positif oleh investor

terkait kinerja perusahaan, sehingga hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan (Nirmala et al., 2016). Profitabilitas menggambarkan apakah suatu usaha memiliki kemampuan atau prospek yang baik untuk masa depan. Jika kondisi perusahaan menguntungkan di masa yang akan datang maka semakin banyak investor yang menginvestasikan dananya dengan membeli saham perusahaan tersebut. Hal ini akan mendorong harga saham lebih tinggi atau menaikkan harga saham dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan diantaranya oleh Penelitian yang dilakukan oleh Yogamurti dan Anom (2015). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai profitabilitas. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi nonpartisipan melalui laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dalam penelitian ini berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjin et al. (2014). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012. Metoda analisis data menggunakan regresi linear berganda. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

Penelitian terdahulu telah banyak meneliti nilai perusahaan dan menunjukkan hasil yang tidak sama terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menguji kembali pengaruh variabel – variabel struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan objek penelitian pada perusahaan sektor *food and beverages* Indonesia yang terdaftar di BEI.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang diatas maka penulisan skripsi ini diberi judul **“PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN**

PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN INDUSTRI *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI”.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan industri *food and beverages*?
2. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan industri *food and beverages*?
3. Apakah profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan *food and beverages*

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada industri *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi industri *Food and Beverages*.

Diharapkan memberikan informasi kepada pihak manajemen akan pentingnya pengaruh *long term debt to equity ratio*, ukuran perusahaan, *return on asset* terhadap nilai perusahaan (PBV) serta diharapkan dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan pada sektor industri *food and beverages*.

2. Bagi investor dan masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi sebagai bahan tolak ukur para pemegang saham maupun calon investor dalam menentukan keputusan maupun strategi investasi.