

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tujuan dari berdirinya sebuah perusahaan. Tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal. Tujuan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dan Martono, 2005 dalam Arviansyah, 2013: 1).

Tujuan perusahaan tersebut dapat dicapai yaitu dengan cara peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston, 2010: 294). Apabila semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dimana pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi juga. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka perusahaan juga akan memaksimalkan tujuan utamanya. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari

seluruh pelaku pasar, harga saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku dasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham maka memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Naik turunnya harga saham merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melaporkan kinerja saham yang menggembirakan. Selama tahun 2016, harga saham bank berkode emiten BMRI tersebut mencatatkan peningkatan harga saham sebesar 29%. Kapitalisasi pasar Bank Mandiri dilaporkan mengalami peningkatan pula sebesar 25%. Dengan demikian, pada 2016 kapitalisasi pasar Bank Mandiri naik dari Rp 215,8 triliun menjadi Rp 270 triliun. *Corporate Secretary* Bank Mandiri Rohan Hafas menyebut, meningkatnya harga saham perseroan didorong oleh keyakinan investor terhadap kinerja perseroan. Adapun 32% pemegang saham publik Bank Mandiri adalah investor asing. Rohan menyatakan di kantornya di Jakarta, Rabu (25/1/2017) bahwa kebanyakan dari Eropa, Amerika Serikat, dan Jepang. Mereka memberi apresiasi, kepercayaan investor asing kepada Bank Mandiri cukup tinggi. Rohan menuturkan, para investor merasa yakin dengan prospek kinerja perseroan ke depan. Mereka melihat adanya peningkatan rasio kredit bermasalah yang sempat dialami perseroan, namun mereka amat mengapresiasi upaya Bank Mandiri dalam penyelesaian kredit-kredit macet. Pandangan ini diperoleh Bank Mandiri setelah melakukan *roadshow* kepada investor di luar negeri. Rohan menuturkan, di tengah kondisi yang dialami perbankan seperti pertumbuhan rasio kredit bermasalah, peningkatan harga saham yang dialami Bank Mandiri adalah sebuah prestasi tersendiri (Kompas, 25 Januari 2017).

Adapun fenomena lain yang berkaitan dengan nilai perusahaan yang terjadi pada PT. Fast Food Indonesia Tbk (FAST). Jelang akhir tahun, PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) masih akan merealisasikan pencarian utang dari pasar lewat penerbitan obligasi. Rencananya, perusahaan yang mengelola restoran cepat saji KFC di Tanah Air ini akan merilis surat utang senilai Rp 200 miliar. Melalui

rating idAA dari Pefindo. Sesuai dengan keterangan perusahaan dalam keterbukaan informasi pada BEI, Selasa (27/9), utang yang mengantongi rating AA dari Pefindo ini akan bertenor lima tahun. Dana tersebut akan digunakan untuk pengembangan gerai baru, pengembangan atau perluasan pergudangan dan armada distribusi serta renovasi perluasan kantor regional. Rencananya, pembayaran bunga pertama akan dilakukan pada 1 Februari 2017. Sementara masa penawaran awal pada 27 September hingga 10 Oktober 2017 dengan masa penawaran 26 dan 27 Oktober 2016. Pencatatan di BEI sendiri akan dilakukan pada 2 November 2016. Pelaksana emisi obligasi FAST adalah BCA Sekuritas dengan waliamanat PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI). BCA Sekuritas menjamin emisi obligasi ini dengan komitmen penuh. Sekadar informasi, pada semester I-2016, FAST berhasil meraih pertumbuhan laba bersih 55,79% year on year menjadi Rp 43,20 miliar. Adapun, pendapatan perseroan tercatat Rp 2,31 triliun atau naik 11,05% dibandingkan dengan pendapatan pada periode yang sama tahun lalu senilai Rp 2,08 triliun (Investasi kontan, 27 September 2016)

Definisi persediaan menurut Mulya (2010: 214) adalah aktiva yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal perusahaan, aktiva dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan atau dalam bentuk bahan baku atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa. Ikatan Akuntan Indonesia (PSAK No.14: 2014) pengertian persediaan sebagai berikut:

Persediaan adalah aset:

- a. Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal;
- b. Dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan; atau
- c. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan (supplies) untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Persediaan menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya yang disimpan oleh suatu organisasi untuk mengantisipasi dalam pemenuhan permintaan pelanggan. Permintaan akan sumber daya internal maupun eksternal ini meliputi persediaan bahan mentah yaitu bahan yang akan digunakan untuk memproduksi barang dagangan, barang dalam proses yaitu barang-barang yang sedang

dikerjakan (diproses) dan masih memerlukan pengolahan lebih lanjut, barang jadi atau produk akhir yaitu barang-barang yang sudah selesai dikerjakan dalam proses produksi dan siap untuk dijual, bahan-bahan pembantu atau pelengkap dan komponen-komponen lain yang menjadi bagian keluaran produk perusahaan.

Pada dasarnya persediaan mempermudah serta memperlancar jalannya operasional perusahaan yang dilakukan secara terus menerus untuk memproduksi barang-barang serta menyampaikan kepada pelanggan. Persediaan barang dagang merupakan kunci utama dalam perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur. Jika diibaratkan, persediaan merupakan kebutuhan primer dalam jenis usaha dagang dan manufaktur. Dapat dikatakan demikian, karena semua kegiatan operasional perusahaan akan terganggu apabila terdapat masalah dalam persediaan. Salah satu contohnya yaitu dalam hal keterlambatan pengiriman persediaan. Ketika persediaan kosong karena terlambat dalam proses produksi, maka kegiatan operasional perusahaan juga akan terhenti sampai persediaan siap dijual untuk kegiatan operasional perusahaan. Manajemen perlu tanggap dalam merencanakan dan mengendalikan persediaan mengingat organisasi perusahaan yang terus berkembang, sehingga persediaan dapat dikelola dengan lebih profesional (Syailendra, 2013: 1).

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Definisi pertumbuhan penjualan menurut Brigham dan Houston (2010:39) mengatakan Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil.

Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka

akan berinvestasi nantinya. Nasehah (2012: 61) pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industri di dalam perekonomian dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Tahap berikutnya dalam menjalankan perusahaan yang manajemen pikirkan yaitu bagaimana cara mendapatkan laba yang besar dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan harus memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga barang jadi dengan harga jual yang diberikan ke para pelanggan agar perusahaan mengetahui perbandingan antara penjualan dengan laba yang diperoleh. *Net Profit Margin* mengindikasikan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu dan juga menilai kemampuan manajemen perusahaan untuk mengontrol berbagai pengeluaran yang langsung digunakan dalam menghasilkan. Laba juga bermanfaat dalam menetapkan nilai suatu perusahaan. Sehingga *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian dan permasalahan yang diuraikan pada latar belakang di atas, makapenulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Nilai Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)**”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Nilai Persediaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia?

3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah Nilai Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin* berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Nilai Persediaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui apakah Nilai Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin* berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi Investor  
Untuk memberikan informasi kepada para pengguna atau partisipasi pasar modal khususnya kepada para investor dan calon investor yang merupakan pengguna informasi tersebut.

2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan pengetahuan dalam menilai keadaan sesungguhnya dari suatu perusahaan dimana nantinya informasi yang didapat dari hasil perhitungan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memberikan sumbangan pikiran maupun maupun informasi sebagai bahan pertimbangan kepada semua pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.