

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 dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana,2009).

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.

Menurut Husnan S dan Pudjiastuti (2012). Nilai perusahaan 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 dimasa depan. Mengingat pentingnya nilai perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan investasi, maka diperlukan suatu metode yang tepatnya 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 diatas 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 *listening price* (Karnandi,1993)

Namun terkadang perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan 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 (Jansen dan Meckling, 1976). Perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dengan pemegang saham disebut dengan *Conflict Agency*, oleh karena itu munculnya perbedaan antara pemegang saham dan pihak manajemen.

Untuk itu pemilik dari suatu perusahaan mempercayakan 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.

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 Rp 56,60 triliun. Hal ini membuktikan bahwa industri makanan dan minuman mempunyai peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan yang ingin masuk dalam hal 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 dibandingkan dengan 30 Juni 2019. Hal itu mengakibatkan memecat 5 karyawan sehingga total pekerja 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 Rp 10 miliar. Manajemen akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban. (Bisnis com).

Fenomena yang ketiga adalah penjualan Coca-Cola merosot pada tahun 2020 dikarenakan dampak pandemi Covid-19 dilansir dari Bloomberg, raksasa produsen minuman tersebut mencatat penurunan volume penjualan sekitar 25 persen sejak awal April 2020 berdasarkan laporan keuangan yang dirilis (21/4/2020). Dikarenakan langka 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 diprediksi 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 berurutandi paruh kedua tahun 2020. (Bisnis.com, 2020).

Pelaksanaan dan pengembangan usaha, industry 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 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 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, 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 value perusahaan adalah hutang 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 aset 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 pengambilan Ekuitas 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 guncangan ekonomi, begitu juga sebaliknya. Sehingga para investor cenderung menyukai perusahaan yang berukuran besar dari pada perusahaan kecil. Hal ini 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 berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suranta dan Midiastury, 2003) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2010) Profitabilitas ROA merupakan sektor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Jika manajer 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 di nilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah.

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

Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan perananan penting dalam kesuksesan perusahaan (Owolabi,2012). Kontribusi variable 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) 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 likuiditas 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 dimata investor.

Perusahaan 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 tercermin,

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 sektor tersebut, sehingga persaingan pun 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 Dengan Ukuran Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu 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 yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
3. Apakah profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Dapat menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam melakukan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan terkhusus nya perusahaan makanan dan minuman serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

2. Bagi calon investor

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan memberikan tambahan informasi terkait *Longterm Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Asset* (ROA), dan *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi ilmu pengetahuan

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