

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi dalam bidang ekonomi memberikan kesempatan kepada setiap perusahaan masuk ke dalam lingkungan bisnis yang lebih luas. Indonesia sebagai bagian dalam kawasan regional Asia Tenggara mempunyai tantangan dalam menghadapi satu pasar bebas dalam kawasan Asia Tenggara yang dikenal dengan nama Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dengan diberlakukannya MEA, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia menghadapi suatu tantangan untuk merebut peluang pasar dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan perusahaan dalam mempertahankan berlangsungnya sebuah perusahaan. (Dhani dan Utama, 2017).

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan industri yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Perusahaan manufaktur identik dengan pabrik yang mengaplikasikan mesin-mesin, peralatan, teknik rekayasa dan tenaga kerja. Istilah ini sering digunakan untuk dunia industri, dimana bahan baku diubah menjadi barang jadi dalam skala besar. Perusahaan manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di sebuah negara. Perusahaan Manufaktur memiliki beberapa sektor yang penting untuk pertumbuhan perekonomian. Bursa

Efek Indonesia (BEI) mengelompokkan perusahaan jenis ke dalam sektor dan sub sektor. Salah satu sektor pentingnya adalah sektor industri konsumsi. Sektor industri konsumsi sendiri memiliki sub sektor diantaranya makanan dan minuman. (www.sahamok.net).

Alasan memilih sektor perusahaan makanan dan minuman sebagai objek penelitian adalah karena perusahaan makanan dan minuman salah satu sektor usaha yang memegang peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan terus mengalami pertumbuhan seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan kondisi ekonomi Indonesia yang tidak terlalu bagus serta bahan pokok yang terus mengalami kenaikan tidak mempengaruhi permintaan konsumen.

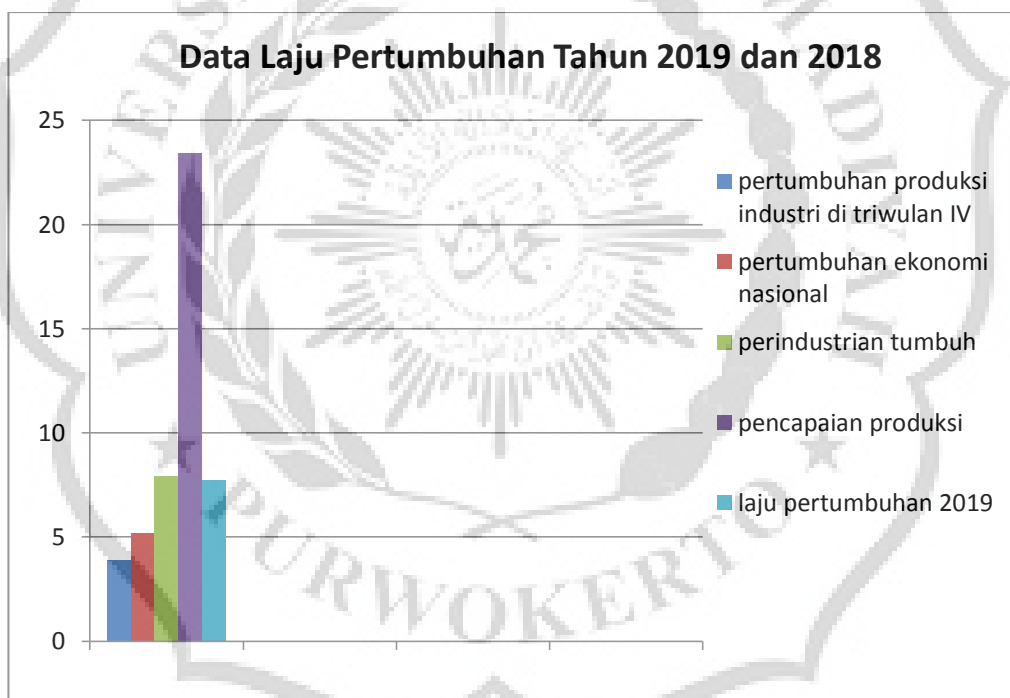
Perusahaan makanan dan minuman juga banyak diminati oleh investor, alasannya adalah sektor ini merupakan salah satu sektor yang dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia yang saat ini terkena dampak Covid-19. Karena dalam kondisi sekarang ini yang terjadi yaitu masa pandemi, sektor makanan dan minuman menjadi industri yang paling terdampak virus corona. Namun, dari sekian banyak yang terpuruk, sektor makanan dan minuman masih bisa bertahan menghadapi dampak virus corona. Dampak dari virus tersebut adalah kualitas harga dalam kenaikan harga yang tidak menentu. Karena dalam kondisi apapun sebagian produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan. Jika sektor makanan dan minuman tersebut ditutup yang dirugikan bukan hanya perusahaan tetapi juga masyarakat yang membutuhkan makanan dan

minuman. Oleh karena itu, perusahaan sektor makanan dan minuman memperkuat usahanya dengan gencar membuka peluang bisnis makanan dan minuman dengan berbagai inovasi. Agar perusahaan sektor tersebut dapat stabil dan tidak mengalami penurunan. Disini peneliti akan meneliti sektor perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Potensi industri ,makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi *champion*, karena *supply* dan *user*-nya banyak. Salah satu kunci daya saing sektor makanan dan minuman ini adalah *food innovation and security*. (sumber: news.detik.com)

★ Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang mampu meningkatkan nilai investasi. Sejak triwulan I hingga triwulan III tahun 2019, laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,72%. Pada Febuari 2019, kementerian perindustrian mencatat sepanjang tahun 2018, laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 % atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional diangka 5,17 %. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV tahun 2018 naik sebesar 3,90% terhadap triwulan IV tahun 2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya

produksi industri minuman yang mencapai 23,44%. Selanjutnya, industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp 56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi disektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu mencapai Rp 222,3 triliun. Produk makanan dan minuman Indonesia juga telah dikenal memiliki daya saing di kancah global melalui keragaman jenisnya. Ini ditandai dengan capaian nilai eksportnya sebesar USD 29,91 miliar pada tahun 2018. (Sumber: kemenperin.go.id).



Gambar 1.1 : Grafik data pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun 2019 dan 2018.

Pada gambar grafik diatas. Keterangan tentang laju pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman tahun 2019 dan 2018 adalah :

- Pertumbuhan produksi industri 2018 = 3,90%
- Pertumbuhan ekonomi nasional 2018 = 5,17%
- Perindustrian tumbuh 2018 = 7,91%
- Pencapaian produksi 2018 = 23,44%
- Laju pertumbuhan 2019 = 7,72%

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi ini memberikan dampak bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan bisnis yang sangat ketat mendorong pemilik melakukan berbagai cara agar tujuannya tetap tercapai, sehingga demi mencapai tujuan suatu perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek salah satunya adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. (Tumangkeng & Mildawati, 2018)

Menurut Agus Sartono (2010), Nilai Perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan

memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan, diantaranya: Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. (Rusiah, dkk. 2017)

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Ramdhonah, dkk (2019); Utami, dkk (2017); Bariyyah, dkk (2019); Filbert (2020); Suryandi (2018) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Dhani dan Utama (2017); Mawardi (2020); Mandjar dan Triyani (2019); Dewi dan Candradewi (2018); Saputri dan Giovanni (2021); dan Rahayu dan Riharjo (2019) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Ukhriyawati dan Dewi (2019); Suparman (2018); Yusmaniarti, dkk (2021) pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan

terhadap nilai perusahaan. Penelitian Tumangkeng dan Mildawati (2018); Suwardi dan Mustanda (2017) pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan Endria dan Fathony (2019) pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel yang kedua, Struktur modal merupakan perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Menurut Brigham dan Houston (2011) struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan berhubungan dan berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung oleh pemegang saham dan besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan. Struktur modal yang tepat menjadi tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat tercapai.

Dalam penelitian terdahulu, Mawardi (2020); Utami, dkk (2017); Suparman (2018), Diannisa, dkk (2019); Yanti dan Darmayanti (2019); Tarmaji (2019); Ramdhonah, dkk (2019); Filbert (2020); Oktiwiyati dan Nurhayati (2020); Pratiwi dn Wisuana (2020); Kalengkongan, dkk (2021); Nopianti dan Suparno (2021); Chasanah (2018); Jayanti (2018) struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng (2018); Ukhriyawati dan Dewi (2019); Rahayu dan Riharjo (2019); Pasaribu dan Tobing (2017); Irawan dan Kusuma (2019) struktur modal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan

penelitian; Oktrima (2017); Mandjar dan Triyani (2019); Bariyyah, dkk (2019); Dhani dan Utama (2017); Rahayu dan Riharjo (2019); Widyantari dan Yadnya (2017) struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Anggraini dan Siska (2019); Utomo dan Christy (2017); Kadafi (2020); Lukman, dkk (2021) struktur modal negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel yang ketiga yaitu Profitabilitas. Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, di mana profitabilitas adalah ukuran dari kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba setiap periode. (Tumangkeng dan Mildawati, 2018).

Dalam penelitian terdahulu, Dhani dan Utama (2017); Utomo dan Christy (2017); Mandjar dan Triyani (2019); Yanti, dkk (2019); Tumangkeng dan Mildawati (2018); Widyantari dan Yadnya (2017); Endria dan Fathony (2019); Tamarji (2019); Bariyyah, dkk (2019); Dewi dan Candradewi (2018); Saputri dan Geovanni (2021); Suwardi dan Mustanda (2017); Dewi dan Badra (2017); Pratiwi dan Wiksuana (2020); Pamungkas, dkk (2020); Dewantiri, dkk (2019); Kalengkong, dkk (2021); Nopianti dan Suparno (2021); Manageray dan Tangkoman (2021); Dewi dan Rahyuda (2020); Widayanti dan Yadnya (2020); Nugraha dan Alfalisi (2020); Indriyani (2017); Mandey, dkk (2017); Nurminda, dkk (2017);

Nurminda, dkk (2017); Jayanti (2018) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan menurut penelitian Filbert (2020); Anggraini dan Siska (2019); Ramdhonah, dkk (2019); Oktrima (2017); Chasanah (2018); Oktaviarni, dkk (2019); Irawan dan Kusuma (2019) profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Pasaribu dan Tobing (2017); Utami, dkk (2017); Rahayu dan Raharjo (2019); Yusmaniarti (2021) profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Kadafi (2020); Suryana dan Rahayu (2018) profitabilitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel yang terakhir menjelaskan tentang ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan juga menjadi nilai perusahaan yang mempengaruhi dalam perusahaan yang artinya semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang baik yang bersifat internal maupun eksternal. (Rusiah, dkk. 2017)

Menurut penelitian terdahulu, Yanti dan Darmayanti (2019); Bariyyah, dkk (2019); Pratiwi dan Wiksuana (2020); Lukman, dkk (2021); Dewanti, dkk (2019); Oktaviarni, dkk (2019); Suryana dan Rahayu (2018); Jayanti (2018) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian terdahulu Widyantari dan Yadnya (2017); Tumangkeng dan Mildawati (2017); Pasaribu dan Tobing

(2017); Pamungkas, dkk (2020); Kalengkongan, dkk (2021); Nurminda, dkk (2021); Chasanah (2018) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Ramdhonah, dkk (2019); Utomo dan Christy (2017); Rahayu (2019); Anggraini dan Siska (2019); Ukhriyawati dan Dewi (2019); Irawan dan Kusuma (2019) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian terdahulu Utami, dkk (2017); Suparman (2018); Tamarji (2019); Suwardi dan Mustanda (2017); Suryandi (2018); Kadafi (2020); Nugraha dan Alfarisi (2020); Indriyani (2017); Badruddien, dkk (2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian terdahulu juga bertolak belakang dengan penelitian Endria dan Fathony (2019) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

★ Dari fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang nilai perusahaan. Peneliti membatasi penelitian terhadap faktor nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan, struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang masih beragam maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali. Penelitian ini bermaksud untuk melakukan studi lebih lanjut melalui pengujian kembali (*replication extention*) atas penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tumangkeng dan Mildawati (2018) dengan penelitian yang

berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian oleh Tumangkeng dan Mildawati (2018) menggunakan data periode 2013-2016, sedangkan penelitian ini menggunakan data periode 2016-2020. Alasan untuk melakukan pengujian kembali adalah peneliti ingin mengetahui apakah jika dilakukan penelitian ulang dengan menggunakan sampel dan periode yang berbeda, apakah hasil penelitian ini akan konsisten dengan penelitian sebelumnya. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian sekunder. Subyek yang akan diteliti adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan dijelaskan dari beberapa hasil penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di Busa Efek Indonesia Pada Periode 2016-2020)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat diidentifikasi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?

2. Apakah Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ruang lingkup hanya meliputi informasi seputar laporan keuangan pada perusahaan sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
2. Informasi yang disajikan yaitu tentang nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi pertumbuhan perusahaan, struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

D. Tujuan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengoptimalkan apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menganalisis dan mengoptimalkan apakah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis dan mengoptimalkan apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis dan mengoptimalkan apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pihak yang bersangkutan, baik itu manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan sebagai wadah penambah informasi yang berkaitan dengan nilai perusahaan serta faktor-faktor yang mendukung. Penelitian ini juga dapat memberikan motivasi dan memacu perusahaan agar dapat membuat keputusan yang baik bagi manajemen dan pembuatan laporan keuangan perusahaan.

2) Bagi Pihak Lain/ Investor

Hasil penelitian ini mampu memberikan informasi tambahan agar dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

3) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait struktur modal dan juga dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian dengan topic yang sama atau penelitian-penelitian selanjutnya.

4) Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini sebagai suatu pengalaman dan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan.
- b. Sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam perkembangan ilmu manajemen.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, menjadi sumber referensi dan bacaan, serta memberikan tambahan pengembangan ilmu yang dapat memberikan informasi secara teoritis bagi para pembaca khususnya mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Serta, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi bidang studi Manajemen.