

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Persaingan ini menuntut perusahaan untuk mampu menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan tetap terdepan dalam persaingan, terutama dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan. Tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan berfokus pada mengoptimalkan nilai perusahaan (Linda Santoso, 2020). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, yang merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin banyak kemakmuran yang akan diterima pemilik perusahaan (Wirianata, 2019).

Nilai perusahaan merupakan konsep ekonomi yang mencerminkan nilai suatu bisnis. Secara teoritis, nilai perusahaan adalah jumlah yang harus dibayar seseorang untuk membeli atau mengambil alih suatu badan usaha (Widagdo et al, 2020). Nilai perusahaan dapat memberikan kekayaan pemegang saham yang maksimal jika harga saham meningkat. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor tentang seberapa sukses suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya, yang tercermin dari harga sahamnya (KA Lestari, 2021). Nilai perusahaan juga menjadi tolak ukur perusahaan untuk mengetahui apakah perusahaan telah mencapai tujuannya atau belum (RR Anindita, 2022). Nilai perusahaan sangat penting karena tujuan dari manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan yang diperhatikan oleh investor. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham perseroan. Jika perusahaan berjalan dengan baik maka nilai perusahaan akan meningkat atau dapat dikatakan memaksimalkan harga saham. Pertumbuhan harga saham merupakan indikasi berkembangnya perusahaan yang tentunya akan dibarengi dengan meningkatnya nilai perusahaan khususnya pada sektor industri (Kieso, 2019). Harga saham yang tinggi dapat memberikan sinyal yang baik untuk menarik minat investor dalam mengambil keputusan investasi (Ifada et al., 2019).

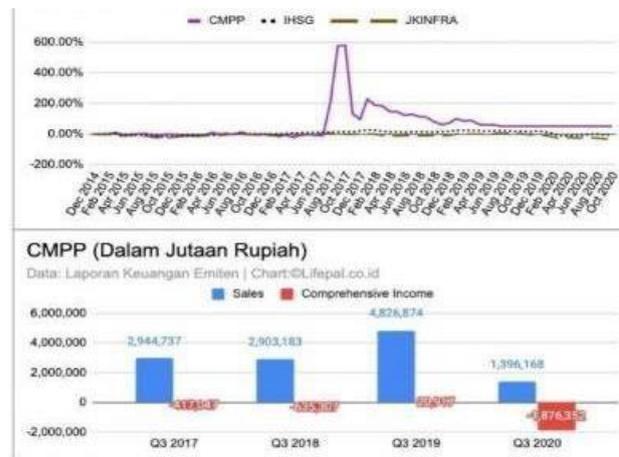
Salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan harga saham yang positif pada BEI (Bursa Efek Indonesia) adalah subsektor industri makanan dan minuman yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia dan dapat berperan dalam peningkatan produktivitas. Dari tahun 2016 hingga 2020 mengalami peningkatan secara berurutan dari tahun ke tahun, yaitu 30,84%, hingga mencapai 36,23%. Hal ini menunjukkan bahwa produk makanan & minuman yang diproduksi oleh perusahaan Indonesia telah populer dan diakui kompetitif di pasar global (<https://kemenperin.go.id/dokumen-kinerja>). Nurcahya (2020) menyatakan bahwa industri makanan & minuman menjadi penyumbang devisa terbesar terhadap total nilai ekspor industri pengolahan Januari-Februari 2020 yang mencapai USD \$4,7 miliar.

Perusahaan *food and beverages* mempunyai sifat yang *non siklikal* yakni pertumbuhan sektor industri tersebut lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim maupun perubahan kondisi perekonomian seperti inflasi. Kelancaran produk perusahaan *food and beverages* akan tetap terjamin dan mengalami kestabilan karena sektor ini bergerak pada bidang industri

kebutuhan pokok manusia yaitu pangan. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam kondisi apapun. Namun sejak terjadinya pandemi covid-19, pergeseran tren pembelian makanan dan minuman sangat berubah, hal ini mengakibatkan beberapa perusahaan *food and beverages* saat ini berjuang dalam posisi defensif di era industri 4.0 atau inovatif disrupti.

Gambar 1. Pergerakan Kinerja dan IHSG Sektor FNB Selama Tahun

2014-2021



Sumber data: Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021 (Data diolah)

Perkembangan harga saham beberapa perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI dari tahun 2020 hingga 2022 dan berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa beberapa harga saham *food and beverages* di BEI rata-rata mengalami penurunan dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021. Hal ini sejalan dengan rata-rata nilai perusahaan *food and beverage* yang melakukan perdagangan internasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018 yang mengalami penurunan. Pada triwulan I 2021 nilai perusahaan *food and beverages* yang diukur dengan PBV adalah sebesar 2.284 sedangkan pada triwulan I 2022 sebesar 1.973.

Pada triwulan II tahun 2021 sebanyak 2.473, sedangkan pada triwulan II tahun 2022 sebanyak 2.213. Pada triwulan III 2021 sebanyak 2.625, sedangkan pada triwulan III 2022 sebanyak 2.447. Pada triwulan IV tahun 2017 sebesar 2.812, sedangkan pada triwulan IV tahun 2022 rata-rata nilai perusahaan sebesar 2.687 (BEI Data Diolah, 2023). Dari data tersebut, terlihat bahwa nilai perusahaan manufaktur mengalami naik turunnya harga pada tahun 2017-2019. Sehingga hal ini menjadi sangat penting dalam penelitian. Penting untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, terdiri dari rasio profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage*.

Profitabilitas kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan (Evania Karak, 2021). Tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik. Semakin baik kinerja perusahaan akan menciptakan respon positif bagi pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Artinya semakin tinggi kemampuan memperoleh laba maka semakin besar *return* yang diharapkan investor sehingga membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik (Tui et al., 2017; Paramitha, 2020).

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan untuk memperoleh dana dari kreditur untuk mencapai tujuan perusahaan (Indriyani, 2017). Besar kecilnya jumlah aset yang dimiliki perusahaan merupakan simbol dari besar kecilnya ukuran

suatu perusahaan. Perusahaan yang sudah mapan akan memiliki akses yang mudah ke pasar modal untuk menghimpun dana dengan biaya yang lebih rendah, sedangkan perusahaan baru dan kecil akan banyak kesulitan mengakses pasar modal (Alfiatul Maulida, 2021). Karena kemudahan akses ke pasar modal cukup signifikan untuk fleksibilitas dan kemampuannya untuk memperoleh dana yang lebih besar, perusahaan besar memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar (Al-Najjar, 2016).

Leverage sebagai faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal (Anugerah, 2019). *Leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar suatu perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari utang sebagai perkiraan risiko yang melekat pada suatu perusahaan (Rika Promalessy, 2021). Artinya, semakin besar leverage menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* rendah memiliki risiko yang lebih rendah. Dengan rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvabel artinya total hutang lebih besar dari total aset. Karena *Leverage* merupakan rasio yang menghitung sejauh mana dana yang diberikan oleh kreditur, dan juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap total aset suatu perusahaan, dikhawatirkan dengan tingginya aset hutang akan meningkatkan risiko investasi, jika perusahaan tidak dapat membayar kewajibannya tepat waktu. Dalam *trade-off theory*, hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi leverage maka semakin tinggi nilai perusahaan (Rossidi Utama, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Barnades (2020), Angel Grecia (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Azmi (2019), I Nyoman (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanseto Suhardi (2020), Sabarudin (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Imam (2023), Barnades (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Heliana (2023), Hanseto (2020) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Barnades (2020), Sherly (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Alasan penulis melakukan penelitian ini karena banyak penelitian yang telah menganalisis berbagai pengaruh nilai perusahaan akan tetapi hasil dari penelitian tersebut belum menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan sektor makanan dan minuman. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian ini untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam mengevaluasi kinerja yang akan dicapai oleh manajemen keuangan pada perusahaan makanan dan minuman sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun rencana keuangan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Rasio Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan**

Leverage Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?
2. Bagaimana signifikansi pengaruh rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?
3. Variabel manakah berpengaruh paling dominan terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh :

- a. Rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
- b. Rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
- c. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap nilai perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

2) Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan yang luas dan pengetahuan mengenai pengaruh rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan di sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Perusahaan Food and Beverage

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* untuk meningkatkan nilai perusahaan.

c. Universitas Widya Karya Malang

Hasil penelitian dapat menambah referensi bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya, terutama mengenai pengaruh rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan

d. Investor

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi investor untuk melakukan investasi dengan memperhatikan beberapa aspek mengenai rasio profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.