

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Perusahaan di bidang ini yang paling tahan terhadap krisis moneter atau ekonomi. Semua itu dikarenakan perusahaan sektor ini tak pernah kehilangan pembeli karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok demi kelangsungan hidup. Perusahaan ini merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk berkembang pesat, seiring meningkatnya jumlah pertumbuhan masyarakat Indonesia.

Dengan semakin ketatnya persaingan di era globalisasi ini peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama suatu perusahaan. Seperti halnya perusahaan pada umumnya perusahaan *food and beverage* bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Ketika laba perusahaan meningkat, nilai perusahaan itu sendiri akan meningkat seiring dengan kenaikan harga sahamnya. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kinerja serta prospek yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

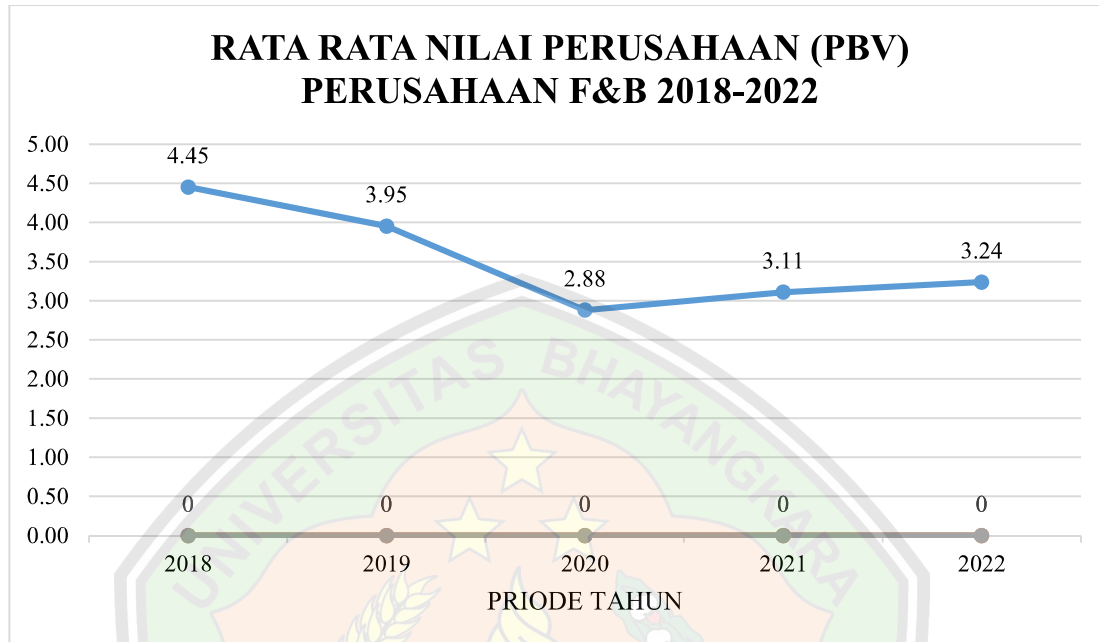
Dengan adanya kenaikan dan penurunan nilai perusahaan akan mempengaruhi minat investor terhadap perusahaan. Berikut nilai rata-rata perhitungan *price book value* (PBV) pada tabel 1.1:

Tabel 1. 1
Perbandingan Perhitungan Price Book Value (PBV)

NO	KODE	PBV					RATA-RATA
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	AALI	1.17	1.48	1.23	0.86	0.69	1.09
2	ADES	1.13	1.09	1.23	2.00	3.17	1.72
3	BISI	2.18	1.36	1.26	1.09	1.57	1.49
4	BUDI	0.38	0.39	0.36	0.63	0.76	0.51
5	CAMP	2.30	2.35	1.85	1.67	1.91	2.02
6	CEKA	0.84	0.88	0.84	0.81	0.76	0.82
7	CLEO	5.36	7.91	6.71	5.63	5.62	6.25
8	CPIN	6.11	5.06	4.59	3.88	3.52	4.63
9	DLTA	3.44	4.50	3.47	2.96	3.06	3.49
10	DSNG	1.22	1.34	1.06	0.77	0.79	1.03
11	GOOD	1.19	0.86	0.73	7.37	6.80	3.39
12	HOKI	7.70	0.87	0.92	2.62	1.49	2.72
13	ICBP	5.64	5.14	3.79	2.99	3.19	4.15
14	INDF	1.95	1.84	1.42	1.15	1.10	1.49
15	JPFA	2.62	1.67	1.61	1.65	1.19	1.75
16	LSIP	1.02	1.19	1.01	0.79	0.63	0.93
17	MLBI	28.88	28.51	14.26	14.96	17.58	20.84
18	MYOR	7.02	4.74	5.50	4.10	4.43	5.16

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata nilai perusahaan sektor food and beverage periode 2018-2022 bergerak fluktuatif. Bila nilai suatu perusahaan mempunyai nilai *price book value* > 1 maka harga saham perusahaan tersebut dinilai lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik dimata investor. Semakin tinggi nilai *price book value* maka diartikan semakin baik perusahaan menciptakan nilai bagi para pemegang saham. Berikut grafik pergerakan *price book value* (PBV) yang di tunjukan pada Gambar 1.1:



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), diolah (2024)

Gambar 1. 1 Grafik Pergerakan Price Book Value (PBV)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2019 rata rata nilai perusahaan menurun sebesar 0,5, ditahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 1,07, namun ditahun 2021 mulai mengalami kenaikan sebesar 0,23 lalu diikuti pada tahun 2022 yang juga mengalami kenaikan sebesar 0,13.

Alasan penelitian ini dilakukan yaitu terdapat fenomena di tahun 2018-2022 yaitu pertumbuhan industri *food and beverage* tidak stabil selama tahun tersebut, karena ditahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan disebabkan oleh pandemi *Covid-19* sehingga masyarakat banyak yang kehilangan pekerjaanya, dan hal tersebut membuat masyarakat berinisiatif untuk mengurangi dan memperkecil kebutuhan

sehari-hari yang mengakibatkan penurunan permintaan pada beberapa industri manufaktur khususnya di industri *food and beverage*. Ada juga beberapa faktor lain diantaranya yaitu peningkatan biaya operasional, perubahan pola konsumsi masyarakat, penurunan investasi dan pembiayaan, fluktuasi bahan baku. Hal ini mengakibatkan munculnya persaingan ketat antar perusahaan yang mengharuskan perusahaan memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dalam usahanya. Sehingga persaingan usahawan yang kompetitif mengharuskan cepat dan tepat dalam menentukan strateginya, perusahaan harus memiliki strategi supaya perusahaan terus berjalan.

Nilai perusahaan adalah representasi dari semua sumber daya, kemampuan, reputasi, dan prospek keuangan perusahaan (Ngurah *et al.*, 2016). Nilai ini penting bagi pemangku kepentingan termasuk manajemen, pemegang saham dan kreditur yang berdampak pada keputusan mereka tentang investasi, pendanaan, dan strategi perusahaan. Menurut Sulisty Rahayu *et al.*, (2020) nilai perusahaan dianggap penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang mampu mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, nilai yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *Price To Book Value* (PBV). PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya dengan proyek perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dihitung dari nilai laba ekspektasi masa depan dan dikembalikan dengan suku bunga yang tepat. Ada

sejumlah variabel yang memengaruhi nilai perusahaan, antara lain: profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan.

Faktor yang pertama adalah profitabilitas, yang merupakan salah satu elemen penting dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di periode tertentu demi mempertahankan kelangsungan usaha (Iman *et al.*, 2021). Profitabilitas merupakan sebuah gambaran bagaimana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari asset ataupun modal yang mereka miliki. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa bisnis memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Sintyana dan Artini, 2018). Bisnis sangat memperhatikan profitabilitas karena dapat menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam memperoleh laba dan menunjukkan seberapa baik kinerjanya. Jika perusahaan dianggap menjanjikan atau menguntungkan di masa depan investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya untuk membeli sahamnya. Karena banyaknya minat investor terhadap perusahaan, harga saham akan naik. Jika tingkat pengembalian harga saham semakin tinggi, nilai perusahaan akan meningkat (Chynthiawati & Jonnardi, 2022).

Dengan rasio profitabilitas yang baik maka para investor, kreditur dan supplier akan melihat kekuatan di dalam perusahaan tersebut. yang berarti akan mengindikasikan laba perusahaan yang tinggi dan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dalam bentuk dividen, dan sebaliknya rasio profitabilitas yang rendah menunjukkan masalah dalam bisnis yang mengurangi laba perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE). Penelitian

terdahulu yang di lakukan oleh (Dwiastuti dan Dillak, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil itu berbanding terbalik dengan penelitian yang di lakukan (Ali dan Faroji, 2021) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah *leverage* yang digunakan untuk membandingkan hutang perusahaan dengan asetnya dan untuk menentukan berapa banyak aset perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Kasmir, 2014) dalam (W. W. Hidayat, 2018). *Leverage* merupakan rasio yang di gunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek atau kewajibannya pada waktu jatuh tempo (Nareza Lazwardy Arafa & Mu'minatus Solichah, 2023). Pada penelitian ini diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), DAR digunakan sebagai ukuran berapa besar aset perusahaan yang dibiayai hutang atau berapa besar hutang perusahaan memiliki pengaruh pada pembiayaan aset. Nilai DAR yang tinggi menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, semakin besar risiko keuangan yang akan mengakibatkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya, yang berarti semakin besar kemungkinan nilai perusahaan akan turun.

Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi nilai perusahaan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutama & Lisa, 2018) *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya secara semakin tinggi *leverage* semakin tinggi nilai perusahaan. Berbanding balik dengan penelitian yg di lakukan oleh (Rejeki *et al.*, 2021) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir adalah pertumbuhan penjualan, bahwa pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Fajriah *et al.*, 2022). Menurut Elisa dan Amanah (2021), jika ada peningkatan dalam penjualan, ini akan berdampak positif pada keuntungan perusahaan perusahaan. Investor mempertimbangkan hal ini saat mereka memutuskan untuk investasi. Bisnis apapun berusaha untuk meningkatkan penjualan unit dan dolar secara bersamaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya menjual lebih banyak unit tetapi juga menetapkan harga yang lebih tinggi untuk unit tersebut. Selain itu, mengukur pertumbuhan penjualan membantu menentukan apakah suatu bisnis memiliki potensi kesuksesan jangka panjang karena menunjukkan bahwa permintaan pelanggan terhadap produk atau layanan semakin meningkat. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Endarwati dan Hermuningsih, 2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Rohmadhina, 2021) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan hasil yang berbeda-beda antara penelitian satu dengan yang lainnya (*research gap*), adanya fenomena bisnis yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian lebih lanjut dan mendalam, maka penelitian ini mengangkat judul analisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di beipriode 2018-2022)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan menunjukan bahwa tampak adanya permasalahan yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Terkait analisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022).

Research problem yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah “bagaimana nilai perusahaan di pengaruhi oleh profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan” Berdasarkan pada *problem statement* dan *research problem*, maka pernyataan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?
4. Apakah profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
2. Untuk menganalisis apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
3. Untuk menganalisis apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
4. Untuk menganalisis apakah profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi dan referensi serta bahan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh dibangku perkuliahan khususnya ilmu ekonomi.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan juga untuk jadi bahan pertimbangan dalam pengaplikasian variabel-variabel penelitian ini untuk membantu dan mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang untuk meningkatkan nilai perusahaan.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pertimbangan dan mengevaluasi kinerja perusahaan guna memperoleh kepastian tingkat pengembalian dalam investasi yang dilakukan dalam jangka panjang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu gambaran yang jelas tentang urutan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, apa saja yang menjadi fokus dan tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, serta sistematika dalam penulisan skripsi.

BAB 2 TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dan mendukung terhadap penelitian yang akan ditulis berupa telaah teori, telaah penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian yang dijadikan dasar penyelesaian permasalahan penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas langkah-langkah dalam penyelesaian masalah dari pengumpulan data apa saja yang dibutuhkan serta bagaimana tahapan dalam pengumpulan data dan pengolahan data dasar.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan pembahasan tentang data-data yang diperlukan untuk penyelesaian masalah dan pengolahan data secara tepat.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil pembahasan terhadap penelitian yang dilakukan serta saran yang perlu diperhatikan untuk perbaikan kedepannya setelah hasil yang didapat selama penelitian.

