

# BAB I

## PENDAHULUAN

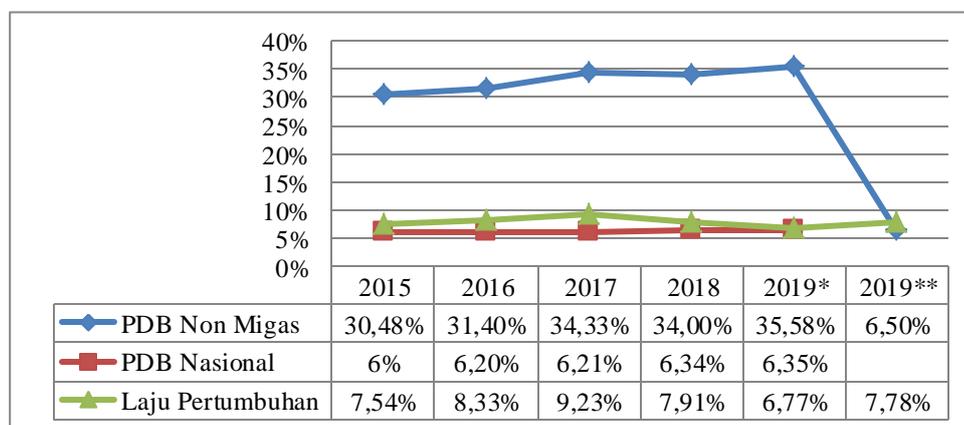
### 1.1 Latar Belakang

Sektor industri *food and beverages* merupakan kategori perusahaan manufaktur sub sektor dari sektor *consumer goods industry* yang terus mengalami perkembangan. Industri ini terus berkembang dengan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia yang lebih dari 271 juta jiwa. Hal tersebut menyebabkan banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri sehingga timbul persaingan usaha yang semakin ketat diantara para kompetitor yang menuntut perusahaan untuk lebih produktif dan bersaing secara global dalam menciptakan sebuah produk.

Perusahaan diharuskan menerapkan berbagai macam strategi bisnis untuk memanfaatkan peluang yang ada agar tujuan perusahaan dapat tercapai, tentunya didukung dengan modal yang besar untuk membiayai berbagai macam kebutuhan operasional perusahaan. Salah satu cara agar perusahaan mendapatkan modal lebih banyak adalah dengan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia untuk menjadi perusahaan *go public*. Tujuan perusahaan yang sudah *go public* selain meningkatkan laba perusahaan secara maksimal tetapi juga untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

Sektor *food and beverages* dipilih sebagai objek penelitian karena sektor ini berperan penting dalam memenuhi kebutuhan utama masyarakat. Sektor ini juga

ikut berperan penting dalam pertumbuhan dan penggerak ekonomi nasional yang termasuk kedalam 5 kategori sektor industri di era 4.0 yang menjadi tulang punggung di Indonesia. *Food and beverages* termasuk kategori industri yang stabil dan tahan akan berbagai macam krisis terutama krisis ekonomi karena semua orang akan tetap mengkonsumsi makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar untuk bertahan hidup. Sektor ini juga memiliki prospek yang menjanjikan dan kinerja perusahaan yang bagus dengan harga saham tiap perusahaan yang cenderung relatif stabil sehingga hal ini yang akan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada sektor ini. Kontribusi perusahaan sektor *food and beverages* selalu memberikan dampak yang bagus terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berikut grafik kontribusi sektor *food and beverages* pada tahun 2015-2019 terhadap produk domestik bruto (PDB) dan laju pertumbuhan industri :



**Grafik 1. 1 Kontribusi Sektor *Food and Beverages* Periode 2015-2019**

Sumber [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) dan data Kementerian Perindustrian (data diolah, 2021)

Keterangan

2019\* : Triwulan 1

2019\*\* : Triwulan 4

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, sektor industri makanan dan minuman sepanjang tahun 2015

telah berkontribusi sebesar 30,48% terhadap produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas dan nasional sebesar 6%. Sedangkan pada tahun 2016, industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar Rp 136,57 triliun atau sebesar 31,40% terhadap PDB industri pengolahan non-migas dan produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,20% mencapai Rp 586,5 triliun. Pada tahun 2017, berkontribusi kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 34,33% terhadap PDB industri pengolahan non-migas dan produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,21%. Di tahun 2018, sektor makanan dan minuman juga berkontribusi sebanyak 34% terhadap PDB pengolahan non migas dan sebesar 6,34% terhadap PDB nasional. Di tahun 2019, realisasi kinerja sektor ini lebih rendah dari dua sektor manufaktur lain yaitu industri tekstil dan pakaian jadi yang tumbuh 15,08% (yoy) dan industri pengolahan lainnya seperti jasa reparasi, pemasangan mesin, dan peralatan yang meningkat 10,33% (yoy). Kontribusi sektor makanan dan minuman terhadap industri pengolahan non-migas pada triwulan satu sebesar 35,58% dengan 6,35% terhadap PDB nasional. Sedangkan di triwulan ke-3 memberikan kontribusi sebesar 6,50% terhadap PDB non migas karena efek dari adanya pemilu karena para investor lebih memilih *wait and see* sehingga enggan untuk berinvestasi. Berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), selama periode Januari-Juni 2019 realisasi penanaman modal dalam negeri (PMDN) di sektor makanan menduduki peringkat keempat dari keseluruhan sektor dengan nilai Rp 21,26 triliun, sedangkan PMA menduduki peringkat keenam dengan nilai realisasi US\$706,7 juta.

Penurunan yang sangat signifikan terjadi pada sektor makanan dan minuman di tahun 2019 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya akibat dari kondisi ekonomi global yang sedang turun. Selain itu, menurut Adhi S. Lukman selaku Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mengatakan bahwa adanya penurunan sektor makanan dan minuman kemungkinan besar akibat dari masa awal pemerintahan setelah adanya pemilu serentak untuk memilih pemimpin baru di tahun 2019. Adanya proses transisi tersebut berdampak pada sejumlah pos kementerian yang membuat berbagai kebijakan baru dan juga eksekusi pengeluaran pemerintah yang lebih lama. Harga naik dan kinerja ekspor komoditas produk menurun sehingga sangat mempengaruhi daya beli masyarakat yang mengakibatkan penjualan menurun dari segi volume dan juga kenaikan harga. Target pertumbuhan di tahun 2019 hanya tercapai sebesar 7,4% dari target awal sebesar 8% karena konsumsi para konsumen kelas menengah ke bawah dan bawah yang rendah yang menggunakan 70% dari pendapatan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Sedangkan konsumen kelas menengah atas dan atas hanya mengalokasikan sekitar 30% dari pendapatan ([bisnis.tempo.co](http://bisnis.tempo.co)).

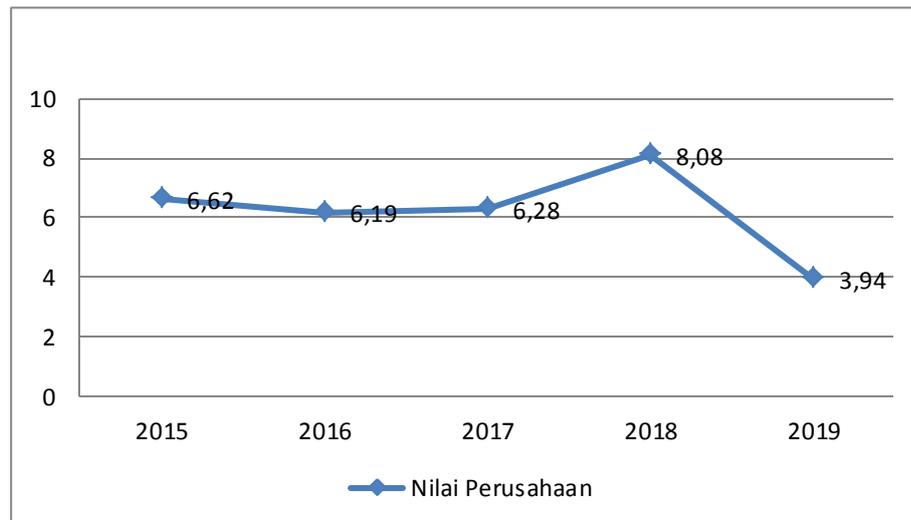
Nilai perusahaan bagi perusahaan yang telah *go public* di pasar modal tercermin dari harga sahamnya. Sedangkan nilai perusahaan yang tidak *go public* tercermin dari harga jual ketika perusahaan tersebut dijual yang tidak hanya tercermin dari nilai aset perusahaan tetapi juga tingkat risiko usaha, prospek perusahaan, manajemen, lingkungan usaha, dan faktor-faktor lainnya (Sartono 2010:9). Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2014:7), nilai perusahaan adalah harga

yang mampu dibayar oleh calon pembeli ketika suatu perusahaan dijual. Sedangkan Harmono (2018:233), berpendapat bahwa nilai perusahaan merupakan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk melalui permintaan dan penawaran di pasar modal.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan *price book value* (PBV) karena termasuk salah satu indikator untuk mengukur nilai perusahaan. *Price book value* (PBV) dapat diartikan sebagai rasio pasar untuk mengukur perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai rasio PBV lebih dari satu (*overvalued*) yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut baik melalui pencapaian kinerja yang bagus. Sedangkan PBV kurang dari satu (*undervalued*) maka nilai pasar lebih rendah dari nilai buku perusahaan. Jadi semakin tinggi PBV suatu perusahaan maka semakin besar tingkat kemakmuran atau kesejahteraan para pemegang saham. Para investor semakin percaya terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan kinerja yang bagus dan prospek perusahaan di masa depan.

Berdasarkan data nilai perusahaan yang dikaitkan dengan *price book value* (PBV) pada sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, menunjukkan bahwa fenomena rata-rata nilai perusahaan mengalami fluktuasi yang cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2015, hasil rata-rata nilai *price book value* (PBV) sebesar 6,62. Di tahun 2016, mengalami penurunan sebesar 6,19 dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, mengalami kenaikan sebesar 6,28. Di tahun 2018, juga mengalami kenaikan

sebesar 8,08 dan menjadi rata-rata tertinggi dalam 5 tahun. Sedangkan pada tahun 2019, terjadi penurunan yang sangat signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya sebesar 3,94 dan menjadi rata-rata terendah dalam 5 tahun (Lampiran 1).



**Grafik 1.2 Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor *Food and Beverages* Periode 2015-2019 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah, 2021)

Berdasarkan fenomena diatas, muncul sebuah permasalahan penelitian yaitu menurunnya minat berinvestasi pada sektor *food and beverages* pada periode 2015-2019 yang ditandai dengan adanya penurunan rata-rata pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu meningkatkan kesejahteraan atau kemakmuran para pemegang saham melalui hasil pencapaian kinerja yang baik sehingga dapat menurunkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Beberapa variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Pertumbuhan perusahaan termasuk salah satu variabel yang dapat mempengaruhi nilai

perusahaan. Brigham dan Houston (2011:58), berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan total aset tahunan yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan yang tumbuh dapat tercermin melalui peningkatan aktiva perusahaan yang akan diikuti dengan peningkatan hasil operasional perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur menggunakan *Asset Growth* (AG). Pertumbuhan perusahaan dinilai mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi diidentifikasi sebagai perusahaan yang mengalami peningkatan pada asetnya dan peningkatan pada peluang investasi yang ada sedangkan perusahaan yang memiliki potensi pertumbuhan yang rendah diidentifikasi sebagai perusahaan yang kurang mengalami peningkatan pada asetnya atau bahkan mengalami penurunan pada nilai perusahaannya karena perusahaan tersebut tidak mampu menangkap peluang investasi yang ada (Kodrat dan Herdinata, 2009:133).

Berdasarkan data perhitungan variabel pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan *Asset Growth* (AG) selama tahun 2015-2019 pada sektor *food and beverages* menunjukkan adanya kecenderungan rata-rata yang menurun selama 5 tahun. Pada tahun 2015, sektor ini hanya tumbuh sebesar 11,15%. Di tahun 2016, mengalami penurunan sebesar 8,08% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, sektor ini mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 22,76%. Akan tetapi di tahun 2018, sektor ini mengalami penurunan yang signifikan sebesar 9,16%. Di tahun 2019, sektor ini juga tetap mengalami penurunan sebesar 6,37%. Hal ini menandakan bahwa penurunan dari pertumbuhan perusahaan juga akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan

sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang positif di antara dua variabel tersebut.

Ukuran perusahaan juga dianggap sebagai variabel yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Riyanto (2001), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada jumlah penjualan, rata-rata penjualan, dan total aset. Perusahaan besar atau kecil dapat diukur melalui banyaknya total aset yang dimiliki perusahaan dengan menggunakan *Ln Total Asset*. Semakin besar total aset berarti semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar, maka pihak manajemen lebih leluasa menggunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Suharli, 2006). Ukuran perusahaan dinilai mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka lebih mudah memperoleh pendanaan baik secara internal maupun eksternal sehingga perusahaan memiliki fleksibilitas dan aksebilitas yang tinggi dalam memperoleh pendanaan.

Berdasarkan data perhitungan variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan *Ln Total Asset* selama tahun 2015-2019 pada sektor *food and beverages* menunjukkan adanya kecenderungan rata-rata yang menurun selama 5 tahun. Pada tahun 2015, sektor ini untuk ukuran perusahaan hanya sebesar 14,39.

Di tahun 2016, ukuran perusahaan mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 14,56. Pada tahun 2017-2019, ukuran perusahaan mengalami penurunan yang berturut-turut sebesar 14,38; 14,20; dan 14,06. Hal ini menandakan bahwa penurunan Ukuran perusahaan juga akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang positif di antara dua variabel tersebut.

*Leverage* juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Fahmi (2011:62), *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. *Leverage* dapat diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar juga ketergantungan perusahaan terhadap pihak eksternal perusahaan yang menyediakan hutang. Perusahaan dengan DER yang tinggi menghadapi risiko rugi yang lebih tinggi juga, namun tingkat pengembalian yang diharapkan juga lebih tinggi. Menurut Weston dan Copeland (1992:53), menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan menggunakan *leverage*, maka nilai perusahaan akan meningkat karena adanya manfaat perlindungan pajak. Dalam perhitungan pajak, bunga hutang dikurangkan terlebih dahulu. Hal ini berarti penggunaan hutang mengakibatkan keringanan pajak untuk arus kas perusahaan. Meningkatnya jumlah hutang dalam struktur keuangan, akan meningkatkan nilai perusahaan sebagai akibat dari nilai sekarang (*present value*) dari penghematan pajak. Maka dari itu, nilai perusahaan akan meningkat dengan meningkatnya jumlah hutang perusahaan.

Berdasarkan data perhitungan variabel *leverage* yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) selama tahun 2015-2019 pada sektor *food and*

*beverages* menunjukkan adanya kecenderungan rata-rata yang menurun selama 5 tahun. Pada tahun 2015, leverage pada sektor ini sebesar 1,28. Di tahun 2016-2017 mengalami penurunan sebesar 1,05 dan 0,82 dibandingkan tahun lalu. Di tahun 2018, sektor ini mengalami peningkatan sebesar 1,19. Namun, ditahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0,78. Hal ini menandakan bahwa penurunan *leverage* juga akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang positif di antara dua variabel tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti menetapkan penelitian dengan judul **“ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini bagi beberapa pihak sebagai berikut :

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam dan sebagai tambahan literatur dibidang manajemen keuangan khususnya mengenai analisis pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

###### **1. Bagi Investor**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada investor sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan yang tepat ketika akan berinvestasi melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sehingga investor dapat membuat keputusan yang optimal serta meminimalisir risiko gagalnya pengembalian investasi.

###### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki kinerja manajemen dan mengambil keputusan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya terkait nilai perusahaan serta sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat dibangku perkuliahan dengan penerapan pada perusahaan.

### 4. Bagi peneliti lanjutan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang serta diharapkan untuk dikembangkan oleh para peneliti selanjutnya dengan menambah pengukuran lain.