

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia persaingan untuk dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan jumlah perusahaan manufaktur. Tidak terkecuali untuk sub sektor makanan dan minuman yang juga mendapatkan persaingan ketat yang diakibatkan oleh bertambahnya jumlah perusahaan baru. Hal tersebut juga diimbangi oleh peningkatan pertumbuhan penduduk Indonesia, sehingga kebutuhan akan makanan dan minuman pun juga terus mengalami peningkatan. Akibatnya, persaingan untuk perusahaan sub sektor makanan dan minuman pun juga semakin ketat. Dengan adanya persaingan tersebut berdampak untuk perusahaan guna dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih baik. Perusahaan tentunya harus mempunyai tujuan perusahaan yang jelas, dimana dengan mendapatkan keuntungan yang maksimal, dapat memaksimalkan kekayaan para pemegang saham atau *stockholder wealth maximzation* dengan meminimalisir munculnya risiko terkait perkiraan untuk laba per saham sehingga dapat menghasilkan harga saham yang maskimal untuk perusahaan. Apabila harga saham terus mengalami peningkatan yang signifikan maka menyebabkan para investor dapat tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dikatakan berbanding lurus dengan tujuan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu guna meningkatkan laba perusahaan sebagai ukuran untuk kinerja dari perusahaan serta sebagai persepsi untuk investor (Bayu

dan Panji, 2015). Oleh sebab itu informasi dari perusahaan tentunya sangat diperlukan oleh investor guna mengetahui kinerja serta nilai perusahaan tersebut. Informasi perusahaan bisa diketahui melalui sinyal sinyal atau dari informasi pihak eksternal maupun pihak internal perusahaan, juga dengan adanya keuntungan serta kebijakan dividen investor dapat mengetahui besar kecilnya saham melalui informasi perusahaan. Oleh sebab itu, investor diharapkan dapat mem pertimbangkan informasi nilai perusahaan dalam Signalling Theory (Vitya Miftakhur, 2019). Teori sinyal merupakan suatu alat guna mengetahui adanya pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dari profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) di dalam penelitiannya mengenai *Job Market Signalling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa umumnya suatu isyarat akan memberikan isyarat atau sinyal, sehingga pihak ketiga akan berusaha menerbitkan informasi secara relevan yang akan dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. Pentingnya suatu informasi yang akan dikeluarkan perusahaan atas keputusan investasi dari pihak eksternal perusahaan. Informasi ini juga merupakan suatu unsur yang penting untuk investor dan para pelaku bisnis karena informasi ini umumnya menyajikan informasi perusahaan berupa gambar atau catatan baik untuk keadaan masa lalu, saat ini serta di masa mendatang guna kelangsungan hidup perusahaan. Informasi secara lengkap, akurat, relevan dan tepat waktu tentunya sangat di butuhkan oleh para investor di pasar modal sebagai alat dalam pengambilan keputusan untuk ber investasi.

Menurut Jogiyanto (2014) dengan pengumuman informasi yang telah di publikasikan serta semua investor telah menerima informasi tersebut, maka pelaku pasar dapat menginterpretasi serta menganalisis informasi yang diterima sebagai signal baik (*good news*) atau sebagai signal buruk (*bad news*). Jika menghasilkan signal baik maka para investor akan berdampak pada perubahan jumlah penjualan saham dengan peningkatan minat investor akan saham perusahaan tersebut serta tentunya akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Perusahaan dengan nilai tinggi akan menunjukkan jika kinerja perusahaan tersebut baik. Salah satunya, dalam pandangan dari nilai perusahaan untuk pihak kreditur. Menurut pihak kreditur, nilai dari perusahaan memiliki kaitan dengan likuiditas yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak baik maka para investor akan menilai perusahaan dengan rendah.

Nilai dari perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas akan tetapi tergantung operasional serta keuangan perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan adalah kinerja dari perusahaan dicerminkan dari harga saham perusahaan yang dibentuk permintaan serta penawaran dalam pasar modal sehingga dapat mencerminkan seberapa baik suatu manajemen di dalam pengelolaan kekayaan suatu perusahaan (Harmono, 2009). Peningkatan harga saham dapat mencerminkan kemakmuran dari para pemegang saham atas nilai perusahaan. Investor akan mengamati dan menilai pergerakan dari harga saham yang di perjual belikan di bursa efek sehingga dapat menjadi cerminan untuk peningkatan nilai perusahaan. Apabila perusahaan bisa memberikan harapan nilai yang besar pada masa mendatang maka investor juga

akan memperoleh nilai yang tinggi. Dan sebaliknya apabila perusahaan tidak dapat memberikan harapan dengan nilai yang besar di masa mendatang tentu investor akan menilai rendah terhadap perusahaan tersebut (Frysa, 2011). Sehingga dengan semakin tingginya nilai yang dimiliki oleh perusahaan maka kemakmuran dari para pemegang saham juga akan semakin meningkat. Jadi perusahaan memiliki suatu tujuan jangka panjang dengan memaksimalkan nilai perusahaan.

Rasio penilaian untuk mengukur nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting karena dalam rasio tersebut dapat berkaitan secara langsung dengan tujuan perusahaan di dalam memaksimalkan nilai perusahaan serta memakmurkan pemegang saham. Di dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan ialah memakai *Price Book Value* (PBV). PBV dapat menggambarkan ukuran untuk kemampuan dari manajemen perusahaan di dalam membentuk nilai pasar dari biaya investasi dengan cara melakukan perbandingan nilai pasar saham terhadap nilai buku perusahaan (Prasetia, 2014). Jadi semakin tinggi rasio Price Book Value maka dapat disimpulkan bahwa semakin berhasil pula perusahaan di dalam menciptakan nilai untuk para pemegang saham. Sehingga hal tersebut tentunya akan berdampak pada kepercayaan yang dimiliki oleh para pemegang saham.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 30 perusahaan. Dengan nilai perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel dalam penelitian ini untuk periode tahun 2017-2020 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020**

No	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV) (%)			
		2017	2018	2019	2020
1	Akasha Wira International Tbk.	1,24	1,13	1,08	1,23
2	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	-0,46	-0,16	-0,33	4,38
3	Tri Banyan Tirta Tbk.	2,03	2,26	2,29	1,81
4	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	3,26	3,07	1,08	1,39
5	Budi Starch & Sweetener Tbk.	0,35	0,35	0,36	0,34
6	Campina Ice Cream Industry Tbk.	8,32	2,3	2,35	1,85
7	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0,85	0,84	0,88	0,84
8	Sariguna Primatirta Tbk.	5,57	5,36	7,91	0,71
9	Delta Djakarta Tbk.	3,21	3,43	4,49	3,45
10	Diamond Food Indonesia Tbk.	-	-	-	1,87
11	Sentra Food Indonesia Tbk.	-	-	1,04	1,19
12	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	-	5,56	4,03	3,24
13	Buyung Poetra Sembada Tbk.	1,7	3,08	3,48	3,67
14	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	5,11	5,37	4,87	2,22
15	Inti Agri Resources Tbk	38,38	29,4	4,67	5,28
16	Era Mandiri Cemerlang Tbk.	-	-	-	1,77
17	Indofood Sukses Makmur Tbk.	1,42	1,31	1,28	0,76
18	Mulia Boga Raya Tbk.	-	-	3,24	4,61
19	Magna Investama Mandiri Tbk.	-	3,03	-0,48	-1,02
20	Multi Bintang Indonesia Tbk.	27,06	28,87	28,5	14,26
21	Mayora Indah Tbk.	6,14	6,86	4,62	5,38
22	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.	-	1,82	1,16	1,19
23	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	3,09	70,57	15,24	10,17
24	Prasidha Aneka Niaga Tbk	-	1,14	1,25	1,56
25	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	2,8	2,54	2,6	2,61
26	Sekar Bumi Tbk.	1,2	1,15	0,68	0,58
27	Sekar Laut Tbk.	2,47	3,05	2,92	2,66
28	Siantar Top Tbk.	4,12	2,98	2,74	4,65
29	Tunas Baru Lampung Tbk.	1,54	0,97	0,99	0,85
30	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.	3,56	3,27	3,43	3,87
<b>Jumlah</b>		122,96	189,55	106,37	87,37
<b>Rata - Rata</b>		<b>5,59</b>	<b>7,29</b>	<b>3,8</b>	<b>2,91</b>

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

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2017-2020 memiliki tingkat perkembangan nilai perusahaan dengan *Price Book Value* (PBV) pada 4 tahun periode penelitian cenderung mengalami penurunan nilai perusahaan untuk 3 tahun terakhir. Pada periode tahun 2017 perusahaan sub sektor mengalami peningkatan nilai perusahaan, setelah periode tahun 2017 dilanjutkan untuk tahun 2018 hingga tahun 2020. Di tahun inilah perusahaan sub sektor makanan dan minuman mengalami penurunan nilai perusahaan yang cukup tajam atau signifikan.

Penurunan nilai perusahaan ini diakibatkan oleh menurunnya pendapatan konsumen kelas menengah sehingga berdampak pada melemahnya daya beli. Di lain pihak untuk pendapatan konsumen menengah atas cenderung menghabiskan dananya di luar negeri yang berakibat konsumsi makanan dan minuman dalam negeri mengalami penurunan. Pemerintah memperkirakan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 bakal meleset dari target sebesar 9% menjadi kisaran 8% (katadata.co.id). Direktur Jenderal Industri Agro Kemenperin Abdul Rochim mengakui bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman pada akhir tahun 2019 akan sulit mencapai target 9%. Menurutnya, ketidak tercapaian tersebut dipengaruhi banyak faktor salah satunya adalah investasi. Dikarenakan pada semester satu lalu hanya mencapai 7,4% dengan perkembangan di kuartal ketiga menyentuh angka 7,72% (bisnis.tempo.co).

Dengan adanya penurunan daya beli konsumen atas pembelian makanan dan minuman tentunya akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan

dikarenakan dengan terbatasnya pembelian makanan dan minuman yang disebabkan dari konsumen tersebut akan berpengaruh untuk sub sektor makanan dan minuman yang mengalami penurunan laba perusahaan. Dikarenakan dengan semakin beragamnya perusahaan sub sektor makanan dan minuman juga akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat untuk penjualan sub sektor makanan dan minuman. Dari adanya hal tersebut besar kemungkinan untuk perusahaan dengan hasil produksi yang besar namun tidak diimbangi dengan pembelian dari konsumen yang meningkat tentunya akan berdampak pada laba yang diperoleh perusahaan. Penurunan laba perusahaan tersebut dapat berdampak pada investor yang akan lebih memilih untuk tidak menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dimana dengan penuruna profitabilitas perusahaan maka nilai perusahaan juga akan ikut menurun dan dengan adanya ketidakstabilan nilai perusahaan tersebut tentunya akan berdampak pada investor untuk berpikir ulang dalam hal menanamkan modalnya lagi di perusahaan tersebut. Karena nilai perusahaan dapat dikatakan sebagai indikator keberhasilan suatu perusahaan dan tentunya karena hal tersebut nilai perusahaan akan diperhatikan oleh investor sebagai informasi terhadap performa perusahaan. Dari data tersebut, nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) dan Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan Ln (Total Aset)

Nilai perusahaan dapat pula di pengaruhi dari besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Hery (2017) Profitabilitas merupakan

kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas memungkinkan para investor untuk dapat melihat seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan dananya sebagai kegiatan operasional agar mendapatkan laba yang tinggi. Oleh sebab itu, apabila harga saham mengalami peningkatan maka dapat mencerminkan nilai perusahaan yang dimiliki juga baik. Profitabilitas di dalam penelitian ini ialah menggunakan *Return On Asset* (ROA) dimana dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui tingkat aset tertentu (Hanafi, 2016). Selain itu rasio ini dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan di dalam mendapatkan keuntungan untuk para pemegang saham atau investor, oleh sebab itu ROA atau *Return On Asset* juga dapat dikatakan sebagai gambaran kekayaan yang dimiliki oleh pemegang saham atau dari nilai perusahaan. ROA digunakan sebagai penilaian profitabilitas melalui aset perusahaan.

Dalam penelitian Andri dan Fitri (2019) dalam studinya menyatakan bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan Return On Asset (ROA) menunjukkan hasil profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang sama, bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, seperti penelitian Jasmine dan Esti (2019), Eka Indriyani (2017), Hotman *et al.* (2018). Berbeda halnya dengan hasil Penelitian Vivi *et al.* (2019) meneliti variabel profitabilitas terhadap nilai dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan ROA tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Adanya hasil yang tidak konsisten pada penelitian sebelumnya menjadikan penulis mempunyai alasan dalam menambahkan variabel lain sebagai penghubung. Dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel yang dapat memediasi antara variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Ukuran perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan di dalam melakukan kegiatan bisnis untuk menghasilkan laba yang dapat mempengaruhi harga saham (Hermuningsih, 2019). Dimana ukuran perusahaan mengelompokkan perusahaan menjadi kelompok perusahaan besar, sedang dan kecil. Perusahaan dengan skala besar umumnya memiliki manajemen perusahaan yang baik dalam mengelola dana perusahaan sehingga dapat menghasilkan laba perusahaan yang semakin besar. Dengan perusahaan yang semakin menghasilkan profit besar tentunya akan berdampak pada investor untuk tertarik dalam menanamkan modalnya untuk perusahaan tersebut sehingga harga saham akan naik dan nilai perusahaan juga semakin meningkat.

Dari uraian diatas, maka peneliti mengambil penelitian dengan judul **“ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN PADA BURSA EFEK INDONESIA”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia ?

2. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam proses penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan bahan pertimbangan bagi investor untuk mengambil keputusan dalam menginvestasikan dana pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dalam pengambilan keputusan pendanaan perusahaan dalam rangka pengembangan usahanya, khususnya bagi perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

### 3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.