

BAB I

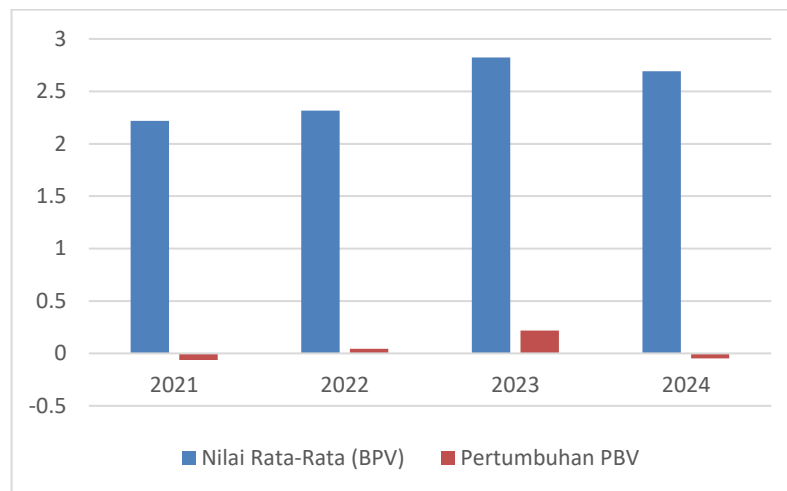
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era ekonomi modern yang terus berkembang pesat, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat dipastikan dari jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana setiap periode keperiode jumlah daftar perusahaan makanan dan minuman semakin bertambah. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, permintaan terhadap produk makanan dan minuman juga mengalami peningkatan. Hal tersebut juga dapat memicu terjadinya persaingan yang semakin kuat antar perusahaan. Dalam mempertahankan daya saingnya perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya keuangan secara optimal, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membuat keputusan yang tepat terkait struktur modal yang optimal dan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Aslindar & Lestari, 2020).

Hal ini menjadikan nilai perusahaan memiliki peran penting dalam mencerminkan kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar pula tingkat kemakmuran yang akan diterima oleh para pemegang saham. Selain itu, nilai perusahaan yang baik juga meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, karena menunjukkan stabilitas dan potensi pertumbuhan yang menjanjikan (Sriyani & Purwasih, 2022). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan indikator penting, terutama bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), karena menjadi sorotan utama bagi investor maupun calon investor. Perusahaan harus berpegang pada prinsip transparansi, karena dalam operasional perusahaan melibatkan investor dan pihak lain (Rizkiwati & Anwar, 2023). Perusahaan dengan nilai yang baik cenderung lebih menarik di pasar modal karena

dianggap memiliki kinerja keuangan yang solid, prospek pertumbuhan yang meyakinkan, serta potensi imbal hasil yang menguntungkan. Kesejahteraan yang diharapkan oleh investor baik dalam bentuk dividen, capital gain, maupun stabilitas jangka panjang sangat bergantung pada seberapa besar nilai perusahaan tersebut.



Sumber : *idx.co.id* (data diolah peneliti)

Gambar 1. 1 Grafik Rata-Rata Nilai dan Pertumbuhan sub sektor *Food and Beverage* 2021-2024 (PBV)

Berdasarkan Gambar 1.1 yang menunjukkan rata-rata nilai Price to Book Value (PBV) perusahaan sektor makanan dan minuman, terlihat fluktuasi nilai perusahaan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, rata-rata PBV tercatat sebesar 2,21, lalu mengalami sedikit kenaikan pada tahun 2022 menjadi 2,31. Tahun 2023 menunjukkan pemulihan dengan kenaikan PBV menjadi 2,82, namun kembali menurun sedikit pada tahun 2024 menjadi 2,69. Perubahan ini mencerminkan dinamika kepercayaan investor terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman. Fluktuasi tersebut juga dapat menggambarkan respon pasar terhadap kondisi ekonomi, kinerja perusahaan, serta ekspektasi terhadap pertumbuhan di masa mendatang.

Tabel 1. 1 Data Rata-Rata dan Pertumbuhan PBV

Tahun	Rata-Rata BPV	Pertumbuhan PBV
2021	2.218	-0.06257
2022	2.31688	0.04458
2023	2.82442	0.21906
2024	2.69327	-0.046433

Sumber : *idx.co.id* (data diolah peneliti)

Berdasarkan Tabel 1.1, pertumbuhan Price to Book Value (PBV) perusahaan sektor makanan dan minuman menunjukkan tren yang fluktuatif selama periode 2021–2024. Pada tahun 2021, PBV mengalami penurunan sebesar -0,06257 atau sekitar 6,26% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan rata-rata PBV sebesar 2,218. Penurunan ini mengindikasikan menurunnya kepercayaan pasar terhadap nilai perusahaan yang kemungkinan besar disebabkan oleh kondisi ekonomi yang belum stabil pasca pandemi, serta daya beli masyarakat yang melemah. Pada tahun 2022, Tahun 2022, PBV naik sebesar 4,46% menjadi 2,31688, menandakan awal pemulihan. Kenaikan signifikan terjadi pada 2023 sebesar 21,91% dengan rata-rata PBV mencapai 2,82442, menunjukkan meningkatnya kepercayaan investor. Namun, pada tahun 2024, PBV kembali mengalami penurunan sebesar -0,046433 atau sekitar 4,64%. Penurunan pertumbuhan ini menunjukkan bahwa meskipun permintaan terhadap produk makanan dan minuman terus ada, namun kinerja dan pengelolaan keuangan perusahaan masih belum optimal dalam menghadapi tekanan ekonomi eksternal.

Bagi investor, hal ini menjadi sinyal perlunya kehati-hatian dalam menanamkan modal di sektor ini jika perusahaan tidak menunjukkan strategi yang jelas dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian Sagita et al (2023) nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ningrum

dan Ulfa (2024), nilai perusahaan dipengaruhi oleh keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan struktur modal. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah keputusan investasi, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan struktur modal. Penelitian ini berdasar pada *teori signaling* (Spence, 1973) yang menjelaskan tentang perusahaan memberikan sinyal melalui keputusan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan nilai perusahaan.

Keputusan investasi merupakan keputusan yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengalokasikan dana untuk berbagai bentuk aset atau proyek yang diharapkan dapat memberikan keuntungan di masa depan. Tujuan dilakukannya keputusan investasi adalah mendapat laba yang besar dengan risiko yang dapat dikelola dengan harapan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa adanya sejumlah investasi yang akan mendapat surplus jika perusahaan mampu memuntuk keputusan investasi yang tepat (Putri & Puspitasari, 2022). Keputusan investasi yang tepat bisa mampu mencapai kemampuan yang baik dan memberikan berita baik kepada investor, dengan demikian harga saham dapat meningkat dan nilai perusahaan juga meningkat (Rizkiwati & Anwar, 2023). Keputusan investasi ini juga memberikan sinyal kepada pasar tentang seberapa siap perusahaan menghadapi masa depan dan memanfaatkan peluang. Hal ini sejalan dengan *Signaling Theory* (Spence, 1973), yang menyatakan bahwa keputusan-keputusan perusahaan, seperti investasi, dapat menjadi sinyal bagi investor mengenai prospek masa depan perusahaan. Pada penelitian (Ningrum & Ulfa, 2024) serta (Mesrawati et al., 2021) membuktikan bahwa keputusan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil yang bertentangan ditemukan dalam penelitian (Putri & Puspitasari, 2022) serta (Arsyada et al., 2022) menyatakan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan ini membuka ruang bagi penelitian lebih

lanjut dengan mempertimbangkan peran struktur modal sebagai variabel moderasi, apakah dapat memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh antara keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen merupakan kebijakan perusahaan dalam menentukan seberapa besar bagian dari laba bersih yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Kebijakan ini mencerminkan keputusan strategis perusahaan dalam mengelola keuntungan demi kepentingan pemegang saham sekaligus keberlanjutan operasional perusahaan. Jika sebuah perusahaan memiliki kebijakan dividen yang stabil, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki arus kas yang sehat dan dapat dipercaya untuk memberikan keuntungan kepada investor secara konsisten (Indro Purnomo & Hwihanus, 2024). Kebijakan dividen ini berfungsi sebagai sinyal dari perusahaan bahwa mereka memiliki keuangan yang stabil dan siap memberikan hasil kepada investor. Investor akan menanamkan modalnya kepada mengharapkan perusahaan tingkat dengan pengembalian (dividen) yang tinggi (Pramurza, 2021). Dalam konteks *Signaling Theory* (Spence, 1973), kebijakan dividen menjadi alat komunikasi antara manajemen dan investor. Ketika perusahaan membagikan dividen secara konsisten, hal ini dianggap sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki arus kas yang sehat dan prospek yang menjanjikan. Pada penelitian (Tamba et al., 2020) serta (Nugraha et al., 2020) menyatakan bahwa kebijakan dividen berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Pramurza, 2021) serta (Suharti et al., 2022) menyatkan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan ini membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan peran struktur modal sebagai variabel moderasi, apakah dapat memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh antara kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Penjualan yang meningkat menunjukkan

bahwa produk yang ditawarkan perusahaan diterima dengan baik di pasar. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa depan (Wijaya, 2019). Penjualan merupakan salah satu faktor yang penting untuk menentukan keberlangsungan hidup perusahaan (Ulfa et al., 2024). Penjualan yang tinggi menunjukkan adanya permintaan yang kuat terhadap produk, yang dapat meningkatkan arus kas masuk, memperkuat likuiditas, serta menunjang kesehatan finansial perusahaan secara keseluruhan. Dalam kaitannya dengan *Signaling Theory* (Spence, 1973), pertumbuhan penjualan juga dapat berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor. Peningkatan penjualan memberikan indikasi bahwa perusahaan memiliki prospek cerah dan mampu bersaing di pasar. Sinyal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya mendorong minat investasi dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Pada penelitian (Fitriani & Asyik, 2023) serta (Elisa & Amanah, 2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan juga cenderung lebih besar. Namun demikian, ditemukan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh (Ulfa et al., 2024) serta (Tamba et al., 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, peningkatan penjualan belum tentu meningkatkan nilai perusahaan jika tidak didukung oleh manajemen dan efisiensi yang baik. Ketidakkonsistenan ini membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan peran struktur modal sebagai variabel moderasi, apakah dapat memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Dengan memahami faktor-faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana keputusan investasi, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan di sektor transportasi dan logistik, dengan mempertimbangkan peran struktur modal

yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana faktor-faktor keuangan mempengaruhi nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Struktur Modal mampu memoderasi pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Struktur Modal mampu memoderasi pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah Struktur Modal mampu Memoderasi pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk Menganalisis hal-hal sebagai berikut :

1. Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
4. Struktur Modal Memoderasi pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan
5. Struktur Modal Memoderasi pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan
6. Struktur Modal Memoderasi pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan, baik secara teoretis maupun praktis. Manfaat penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur manajemen keuangan dengan memberikan pemahaman mengenai pengaruh keputusan investasi, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan berdasarkan teori signaling, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam konteks industri dan kondisi ekonomi yang beragam.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan acuan bagi manajemen dalam mengambil keputusan keuangan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.
- b. Membantu perusahaan merancang strategi yang efektif berdasarkan faktor-faktor keuangan seperti investasi, dividen, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal.
- c. Menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan sebelum melakukan investasi.
- d. Mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam pengelolaan sumber daya perusahaan agar selaras dengan harapan pasar.