

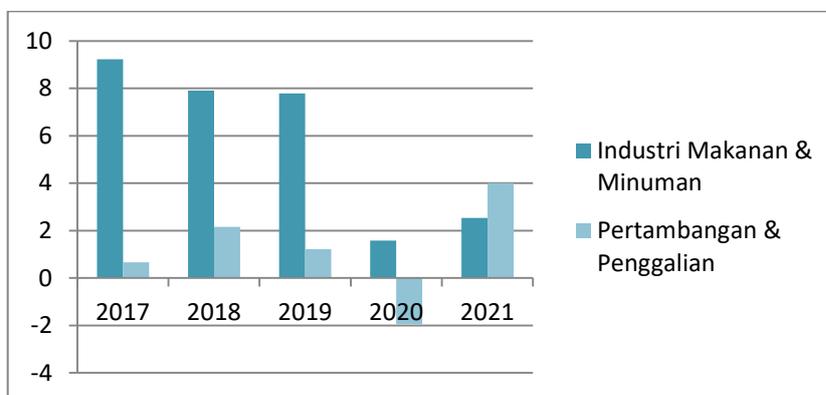
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kinerja industri makanan dan minuman selama ini tercatat positif dari perannya dalam peningkatan produktivitas, investasi, ekspor, dan penyerapan sumber daya manusia yang ada di Indonesia. Industri makanan dan minuman diprediksikan masih menjadi salah satu andalan untuk menopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional di masa depan. Peran tersebut terlihat dari kontribusi konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas dan realisasi investasi yang mengalami peningkatan (www.kemenperin.go.id).

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) terus mendorong pelaku industri makanan dan minuman di Indonesia untuk memanfaatkan potensi pasar domestik, mengingat jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 258,7 juta jiwa. Menurut Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto, banyaknya penduduk Indonesia tentunya menjadi pangsa pasar yang menjanjikan. Selama tahun 2018, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 7,91%. Angka tersebut mampu melampaui angka pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,17%. Berikut disajikan perbandingan Produk Domestik Bruto (PDB) sektor makanan dan minuman dan PDB nasional tahun 2017 – 2021.

Gambar 1.1 PDB Sektor Makanan & Minuman dan Pertambangan & Penggalian 2017-2021

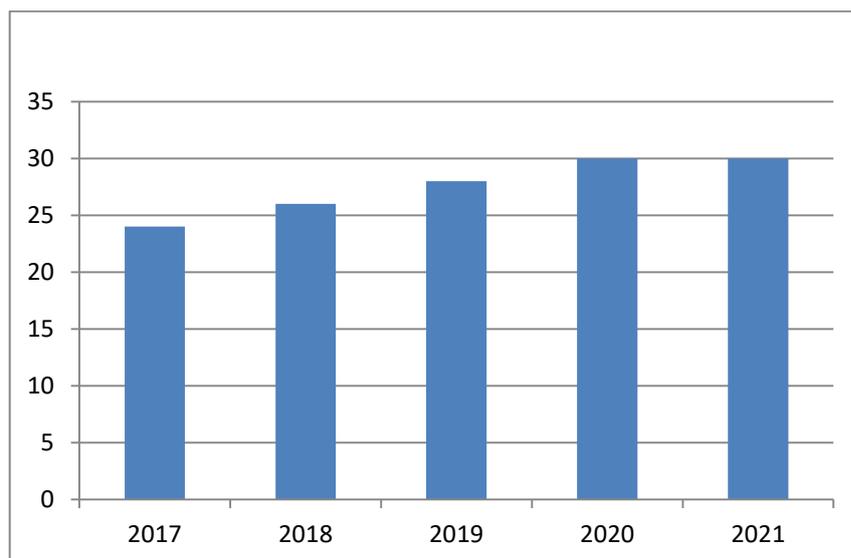


Sumber: www.bps.go.id (2023)

Berdasarkan grafik tersebut, selama empat tahun dari 2017-2021 PDB industri makanan dan minuman selalu melebihi PDB industri pertambangan dan penggalian. Akan tetapi pada tahun 2021, PDB industri makanan dan minuman memiliki nilai lebih rendah daripada PDB industri pertambangan dan penggalian. Pada tahun 2017 industri makanan dan minuman memiliki PDB 9,23%, sedangkan industri pertambangan dan penggalian senilai 0,66%. Pada tahun 2018, PDB industri makanan dan minuman menurun menjadi 7,91%, sedangkan PDB industri pertambangan dan penggalian meningkat menjadi 2,16%. Pada tahun 2019 PDB industri makanan dan minuman senilai 7,78% dan PDB industri pertambangan dan penggalian senilai 1,22%. Penurunan terjadi pada tahun 2020, dimana industri makanan memiliki PDB 1,58% dan PDB industri pertambangan dan penggalian senilai -1,95%. Pada tahun 2021, nilai PDB industri makanan senilai 2,54%, sedangkan PDB industri pertambangan dan penggalian senilai 4,00%.

Selain PDB yang selalu bernilai positif, industri makanan dan minuman juga meningkat selama tahun 2017-2021. Berikut disajikan grafik jumlah perusahaan industri makanan dan minuman selama tahun 2017-2021.

Gambar 1.2 Jumlah Perusahaan Industri Makanan dan Minuman 2017-2021



Sumber: www.invesnesia.com

Pada tahun 2017, jumlah perusahaan makan dan minuman yang terdaftar di BEI sejumlah 24 perusahaan. Pada tahun 2018, mengalami peningkatan menjadi 26 perusahaan. Peningkatan terjadi kembali pada tahun 2019 menjadi 28 perusahaan. Pada tahun 2020, jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI menjadi tiga puluh perusahaan. Tidak terjadi peningkatan jumlah di tahun berikutnya, sehingga pada tahun 2021 jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berjumlah tiga puluh perusahaan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

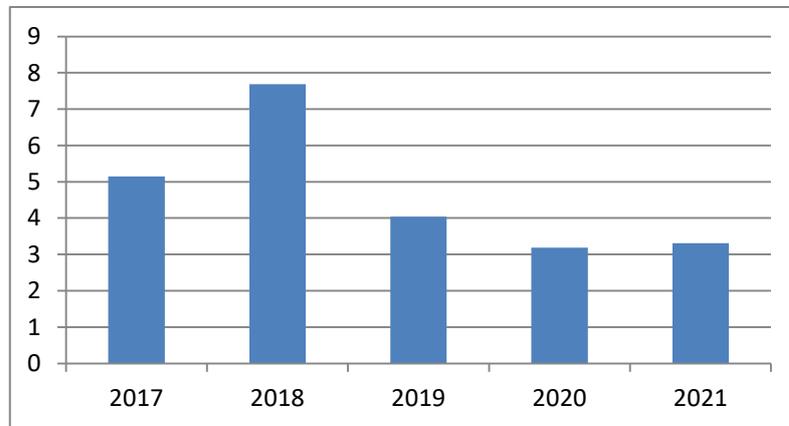
Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, dimana tujuan jangka panjang perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaannya dan menyejahterakan pemegang saham. Sedangkan tujuan jangka pendeknya yaitu memperoleh laba maksimal atas sumber daya yang dimilikinya. Perusahaan publik cenderung ingin meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat menarik investor (Suwardika dan Mustanda, 2017). Nilai suatu perusahaan dapat digambarkan dengan harga saham perusahaan tersebut. Hal ini terjadi karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Nilai perusahaan dapat memberikan sinyal bagi investor guna mengambil keputusan investasi.

Teori sinyal merupakan upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan guna menarik perhatian investor. Di sisi lain, teori sinyal juga memberikan gambaran kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang (Bringham & Joel F. Houston, 2019). Bringham dan Joel F. Houston (2019) memberikan pendapat bahwa saat perusahaan mendapatkan modal dari penjualan saham, maka hal tersebut akan memberikan sinyal negatif terhadap investor dan menandakan bahwa perusahaan memiliki prospek yang buruk di masa depan. Perusahaan yang memiliki prospek baik akan memilih untuk mengambil kredit (utang) daripada menerbitkan saham. Hal tersebut menandakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar utang tersebut (Desman, 2022).

Dikutip dari laman bareksa.com, dividen yang telah ditetapkan oleh PT. Unilever Tbk pada tahun 2020 adalah sebesar 7,13 triliun Rupiah. Nilai tersebut hampir mencapai 100% dari nilai keuntungan yang diperoleh selama 2020, yaitu sejumlah 7,16 triliun Rupiah. Total dividen yang dibagikan oleh perusahaan mencapai Rp187 per lembar saham. Pembagian dividen ini memiliki dampak terhadap harga saham yang dimiliki perusahaan. Pada penutupan pasar di hari Senin 31 Mei 2021, saham perusahaan menguat sebesar 1,29% ditutup pada harga Rp5.850 per lembar saham. Pada pembukaan perdagangan di hari Rabu tanggal 2 Juni 2021, saham perusahaan dibuka pada harga Rp6.000 per lembar saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Pasaribu et al., 2019). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, sebab dengan nilai yang tinggi, menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terdapat pada pasar modal (Wati, et al., 2021). Nilai suatu perusahaan akan semakin baik apabila harga saham perusahaan tersebut semakin tinggi (Yanti dan Darmayanti, 2019). Harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Beberapa pendekatan analisis rasio untuk mengetahui nilai perusahaan yaitu *Price to Book Value (PBV)*, *Price Earning Ratio (PER)*, dan *Earning per Share (EPS)* (Nurwijayanti, 2022). Dalam penelitian ini, analisis rasio yang digunakan adalah PBV. Alasan peneliti memakai rasio ini untuk menilai perusahaan yaitu karena rasio ini dapat dipakai untuk menganalisis semua jenis perusahaan (Nurwijayanti, 2022). Nilai PBV yang semakin tinggi mengartikan bahwa pasar percaya bahwa prospek perusahaan akan membaik di masa depan. PBV diperoleh dari ekuitas perusahaan, yang mana apabila perusahaan mampu menghasilkan laba, maka nilai PBV akan terus meningkat (Andriani dan Rudianto, 2019). Berikut disajikan grafik nilai PBV perusahaan makanan dan minuman tahun 2017-2021.

Gambar 1.3 Rata-rata PBV Perusahaan Makanan dan Minuman



Sumber: data diolah oleh peneliti (2023)

Dari grafik tersebut diketahui bahwa rata-rata PBV perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama lima tahun berturut-turut dari tahun 2017-2021. Pada tahun 2017, rata-rata PBV perusahaan makanan dan minuman sebesar 5,15 persen. Rata-rata PBV meningkat secara signifikan di tahun 2018 sebesar 7,69 persen. Rata-rata PBV mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi 4,04 persen. Lalu menurun kembali di tahun 2020 menjadi 3,19 persen. Hal ini dikarenakan adanya wabah pandemi covid-19 yang menjadikan daya beli masyarakat Indonesia menurun, sehingga berdampak kepada perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Terjadi kenaikan kembali pada tahun 2021 menjadi 3,31 persen. Hal ini terjadi karena adanya pemulihan ekonomi pasca covid-19, sehingga perusahaan-perusahaan dapat beroperasi kembali seperti sebelumnya.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang (Hidayat, 2019). Penggunaan utang dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk melunasi semua utang yang akan jatuh tempo di masa depan, sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan tanggapan positif oleh pasar. Utang dapat mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan ke negara, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan (Massie et al., 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) serta penelitian Andriani dan Rudianto (2019) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dina dan Wahyuningtyas (2022)

menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian milik Muharramah dan Hakim (2021) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya, yang didapatkan melalui aktivitas operasional perusahaan (Andriani dan Rudianto, 2019). Tingginya laba yang diperoleh suatu perusahaan dapat menarik investor, sehingga harga saham akan meningkat. Peningkatan harga saham tersebut dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan dimata investor (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penelitian Nugraha dan Nursasi (2022) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Maryamah dan Mahardika (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Aligarh (2021) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya ekuitas, penjualan, maupun total aset yang dimiliki suatu perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan kreditur guna mendapatkan sumber pendanaan. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penelitian Yanti dan Darmayanti (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Romadhonah et al. (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dikutip dari laman kemenperin.go.id, Kementerian Perindustrian mencatat sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 7,91%, angka tersebut melampaui pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya 5,17%. Pertumbuhan produksi manufaktur meningkat juga disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44%. Industri makanan menjadi salah satu penopang peningkatan investasi nasional, yang menyumbang 56,60

triliun Rupiah. Dari hal tersebut, perusahaan makanan dan minuman memiliki peluang tumbuh dan berkembang lebih pesat di masa depan. Hal ini dapat menarik investor untuk melakukan investasi, sehingga harga saham akan meningkat. Dengan hal tersebut, maka nilai perusahaan makanan dan minuman juga akan meningkat. Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021”**.

1.3 Perumusan Masalah

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Pasaribu et al., 2019). Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terdapat pada pasar modal. Fenomena pembagian saham yang dilakukan oleh PT Unilever Tbk pada tahun 2020 menjadikan harga saham tersebut menguat. Hal tersebut menggambarkan bahwa nilai perusahaan PT Unilever Tbk meningkat. Disisi lain, perubahan nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2021 mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020, hal ini terjadi akibat adanya pandemi covid-19 yang menjadikan daya beli masyarakat mengalami penurunan.

Penelitian ini memiliki tiga variabel independen, yaitu *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Terdapat beberapa inkonsistensi hasil penelitian pada variabel-variabel yang terkait dengan nilai perusahaan dalam penelitian ini. Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, peneliti ingin mengkaji kembali pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
2. Apakah *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
3. Apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui apakah *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
3. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

5. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini mampu menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca serta penulis, terutama mengenai nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman.
2. Penelitian ini dapat menjadi tambahan bahan referensi serta pedoman bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut.

1. Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan dalam pertimbangan perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya tanpa adanya tambahan unsur kepentingan pihak tertentu sehingga laporan keuangan perusahaan terlihat baik.
2. Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi masukan tambahan dalam melakukan penilaian serta pengukuran yang lebih baik pada laporan keuangan suatu perusahaan, yang akhirnya akan memberikan informasi bagi investor untuk mengambil keputusan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum dari objek penelitian, periode penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah yang didasarkan latar

belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara ringkas dan padat tentang landasan-landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, dan juga menguraikan beberapa hipotesis penelitian.

c. BAB II METODE PENELITIAN

Pada bab tiga akan berisi jenis penelitian, variabel operasional yang terdiri dari variabel dependen (nilai perusahaan) dan independen (*leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan) tahapan penelitian populasi dan sampel, pengumpulan data, jenis data, serta teknis analisis data pengujian hipotesis.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan adanya hasil penelitian. Analisis data dan hasil penelitian harus relevan dan konsisten dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Komponen yang ada pada bab ini yaitu karakteristik responden yang digunakan pada penelitian dan terkait dengan judul penelitian, hasil penelitian yang berisi mengenai pemaparan hasil penelitian yang harus menjawab semua rumusan masalah dan tujuan penelitian serta yang terakhir pembahasan hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima adanya dua sub bab yaitu simpulan dan saran. Simpulan berisi mengenai rangkuman secara keseluruhan dari bab satu sampai bab empat dan merangkum secara singkat mengenai hasil dari penelitian. Saran berisi masukan yang akan disampaikan untuk penelitian selanjutnya.