

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi pada era globalisasi dapat memicu kompetitif yang semakin ketat diantara pelaku bisnis. Dalam menjalankan usahanya setiap perusahaan akan membutuhkan modal yang senantiasa memiliki keunggulan baik dibidang teknologi, sumber daya manusia maupun produk yang dihasilkan (Srie Hendraliany,2019). Indonesia sebagai bagian kawasan regional Asia Tenggara mempunyai tantangan dalam menghadapi suatu pasar bebas kawasan Asia Tenggara yang disebut dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Berlakunya MEA membuat perusahaan-perusahaan di Indonesia dituntut untuk menghadapi suatu tantangan merebut peluang pasar dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, sehingga menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan baik dalam negeri maupun luar negeri (Atika Suryandani,2018). Persaingan membuat setiap perusahaan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Banyak perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan yang telah go public di Bursa Efek Indonesia yang harus memenuhi kewajibannya untuk menyampaikan atau melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) sebelum dipublikasikan kepada public. Perusahaan go public merupakan perusahaan yang telah memutuskan untuk menjual

saham mereka kepada masyarakat umum, sehingga mereka harus siap untuk dinilai oleh public secara terbuka dalam sebuah pasar modal disuatu Negara. Informasi yang diperlukan dalam dunia pasar modal adalah informasi fundamental dan informasi teknikal. Informasi teknikal meliputi keadaan ekonomi, sosial dan politik dalam suatu Negara sedangkan informasi fundamental diperoleh dari intern perusahaan khususnya kondisi keuangan suatu perusahaan dalam melakukan transaksi di BEI. Informasi fundamental yang sering digunakan adalah informasi mengenai laporan keuangan perusahaan seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya.

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang membuktikan keandalan bersaingnya dari tahun ketahun adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian dunia. Ketika suatu perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan global akan mengakibatkan penurunan volume perusahaan sehingga perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Dalam menjalankan usahanya perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham namun juga mampu mengakomodasikan bagi pihak-pihak yang berkepentingan lain. Selain itu juga perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks akan kebutuhannya. Terlebih dengan kondisi perekonomian Indonesia saat ini sehingga memaksa perusahaan harus mampu beradaptasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan.

Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya. Baik tujuan jangka panjang misalnya mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendek misalkan memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan yang telah go public cenderung meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda 2016). Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. (Husnan 2014;7) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau lebih menawarkan saham ke public maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi investor terhadap perusahaan itu sendiri.

Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang., dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat. Untuk mengetahui mahal atau murahnya harga saham suatu perusahaan dapat menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Hasil dari *Price*

Book Value (PBV) adalah lebih dari 1. Semakin tinggi nilai PBV artinya pasar percaya terhadap kondisi maupun prospek perusahaan di masa depan dan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Melalui *Price Book Value* (PBV) ini investor dapat mempertimbangkan dan mengambil keputusan apakah harga sahamnya layak dan wajar untuk dibeli atau tidak. Indikator *Price Book Value* (PBV) menggambarkan suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan terhadap jumlah modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham.

Nilai perusahaan sangat penting sekali bagi suatu perusahaan, sehingga penting untuk mengeksplorasi semua kemungkinan faktor yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Menurut Nurhayati (2013) dan Kusuma, dkk (2012), fakto-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Investment opportunity, leverage, dividen yield*. Namun dalam penelitian hanya menggunakan tiga faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah Likuiditas, *Leverage* dan Pertumbuhan Perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Menurut Harahap (2014), likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan jangka pendeknya, sedangkan menurut kasmir (2015) likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Likuiditas menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban pendeknya. Besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur menggunakan rasio lancar (*current*

ratio), rasio kas (quick rati) dan rasio cepat (cash ratio). Salah satu rasio yang sering digunakan dalam menghitung tingkat likuiditas yaitu rasio lancar. Rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar. Rasio ini digunakan untuk mengetahui kesanggupan perusahaan memenuhi kewajiban pendeknya karena rasio ini menunjukkan seberapa jauh tuntutan dari kreditur jangka pendek yang dipenuhi oleh aktiva lancar.

Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar. Pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas tinggi. Semakin likuid perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur maupun calon investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik (Wulandari,2013).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. Dalam meningkatkan keuntungan, perusahaan memerlukan *leverage* yang menjadi kebijakan perusahaan tentang sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan hutang. Menurut Fahmi (2011) rasio *leverage* adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang sangat tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Besar kecilnya rasio *leverage* dapat di ukur dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio (DAR)*, dan *Long*

Term Debt to Equity Ratio (LTDER). Dari beberapa rasio yang ada peneliti memilih menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* dalam penelitian ini. DER mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri untuk membayar hutang (Weston dan Copeland,2010).

Pada umumnya perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa,2011). Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar. *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangat penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan (Suwardika,2017).

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam pemantapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang terus meningkat secara signifikan dengan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar. Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size. Miryanti (2016), menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan yang tinggi mencerminkan semakin luasnya jangkauan perusahaan sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, karena terjadi peningkatan terhadap aset atau penjualan perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan sangat penting dalam sistem ekonomi dan juga informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan yang direspon positif oleh investor yang akan meningkatkan harga saham perusahaan atau nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya (Suwardika & Mustanda 2017).

Pertumbuhan industry makanan dan minuman berpeluang terhambat selama pandemic covid-19 berlangsung. Hal ini membuat para pelaku industry berharap pemerintah dapat mendorong konsumsi ditengah masyarakat dengan menyelenggarakan pemberian stimulus. Selama pandemic ini cukup tertekan oleh karenanya manajemen sempat memproyeksikan bahwa pendapatan tahun ini akan menurun sekitar 19% dibandingkan dengan tahun lalu menjadi Rp.102 miliar. Saat ini pemerintah melakukan koreksi atas target kinerja di tahun 2020 mengingat dampak dari pandemi covid-19 yang belum pulih. Dari laporan keuangan perseroan yang dipublikasikan sampel dengan kuartal pertama tahun ini pendapatan bersih perseroan perusahaan menurun 1,75% secara tahunan menjadi Rp.2,24 triliun. Penurunan kinerja juga dialami produsen barang consumer dan minuman, PT.Kino Indonesia Tbk (KINO) mengutip laporan keuangan semester I-2020 mencatat laba bersih Rp. 118,64 miliar menurun hingga 67,52% dibanding semester I-2019 yang mencapai Rp.365,29 miliar. Sementara itu, penjualan KINO pada semester I-2020 tercatat sebesar Rp.2,19 triliun turun hingga 1,30% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai Rp.2,22 triliun.

Perusahaan Makanan dan Minuman dipilih oleh peneliti karena memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian dunia. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia, maka volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan siap saji menyebabkan banyak bermunculan perusahaan baru dibidang makanan dan minuman. Oleh karena itu persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini menuntut perusahaan untuk memperkuat dasar agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis (Amira & Sofya, 2019).

Tabel 1.1**Harga Saham Pada 33 Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI****Tahun 2021-2022**

No	Kode Perusahaan	Harga Saham		Pertumbuhan
		2021 (Rp)	2022 (Rp)	
1	ADES	3.290	7.175	118,08%
2	BTEK	50	50	-
3	CEKA	1.880	1.980	5,31%
4	DLTA	3.740	3.830	2,40%
5	ICBP	8.700	10.000	14,94%
6	MYOR	2.040	2.500	22,54%
7	ROTI	1.360	1.320	-2,94%
8	SKBM	360	378	5%
9	SKLT	2.420	1.950	-19,42%
10	ULTJ	1.570	1.475	-6,05%
11	INDF	6.325	6.725	6,32%
12	TBLA	795	695	-12,57%
13	AISA	192	143	-25,52%
14	ALTO	280	50	-82,14%
15	BUDI	179	226	26,25%
16	CAMP	290	306	5,51%
17	CLEO	470	555	18,08%
18	COCO	288	268	-6,94%
19	DMND	875	815	-6,85%
20	FOOD	133	111	-16,54%
21	GOOD	525	525	-
22	HOKI	181	103	-43,09%
23	KEJU	1.185	1.430	20,67%
24	MLBI	7.800	8.950	14,74%
25	PANY	1.725	950	-44,92%
26	TAYS	178	466	161,79%
27	MGNA	50	50	-
28	PSDN	153	83	-45,75%
29	PSGO	216	146	-32,40%
30	STTP	7.550	410	-94,56%
31	PCAR	282	87	-69,14%
32	FAST	975	820	-15,89%
33	CMRY	3.400	4.250	25%

Sumber: www.idx.co.id.

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan dan penurunan harga saham dari perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2022. Dari 33 perusahaan makanan dan minuman, masih terdapat 14 perusahaan yang mengalami peningkatan harga saham, dimana dua perusahaan mengalami peningkatan harga saham diatas 100% yaitu PT.Akasha Wira International Tbk (ADES) sebesar 118,08% dan PT.Jaya Swarasa Agung Tbk (TAYS) sebesar 161,79%. Sementara itu, terdapat 3 perusahaan yang mengalami pertumbuhan harga saham yang stagnan (tetap) dan terdapat 16 perusahaan yang mengalami penurunan harga saham, dimana penurunan pertumbuhan harga saham tertinggi terjadi pada PT.Siantar Top Tbk (STTP) yaitu sebesar -94,56%. Kenaikan dan penurunan harga saham yang berfluktuasi ini akan menjadi pertimbangan bagi para investor untuk membeli saham pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh Zkiyatun Fajariyahan dan Aris Ssetyo (2020) Dengan Judul: “Pengaruh Profitability Rati, Likuidity Ratio dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dan Struktur modal sebagai variable Intervening pada perusahaan perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Hasil Penelitiannya: Profitability Ratio memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuidity ratio dan pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu oleh Nyoman Agus dan Ketut Mustanda (2017) Dengan Judul: Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan,

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di BEI. Hasil Penelitiannya: Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Serta penelitian yang dilakukan oleh Tsalasiyah Putri Humairah dan Muhammad Zulman Hakim (2021) Dengan Judul: Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi Yang Terdaftar Di BEI. Hasil Penelitiannya: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas dan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan dilihat adanya perbedaan hasil penelitian mengenai nilai perusahaan serta terjadinya fluktuasi yang dilihat dari rata-rata harga saham pada sektor makanan dan minuman, maka peneliti memutuskan untuk melakukan pengujian kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan judul **“Pengaruh Likuiditas, *Leverage* Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.**

1.2 Masalah Penelitian

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa persoalan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun?
3. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan persoalan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1.4.2.1 Manfaat Akademik

Sebagai bahan referensi dan bacaan untuk pengembangan penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan.

1.4.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terkait dengan hal-hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.