

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

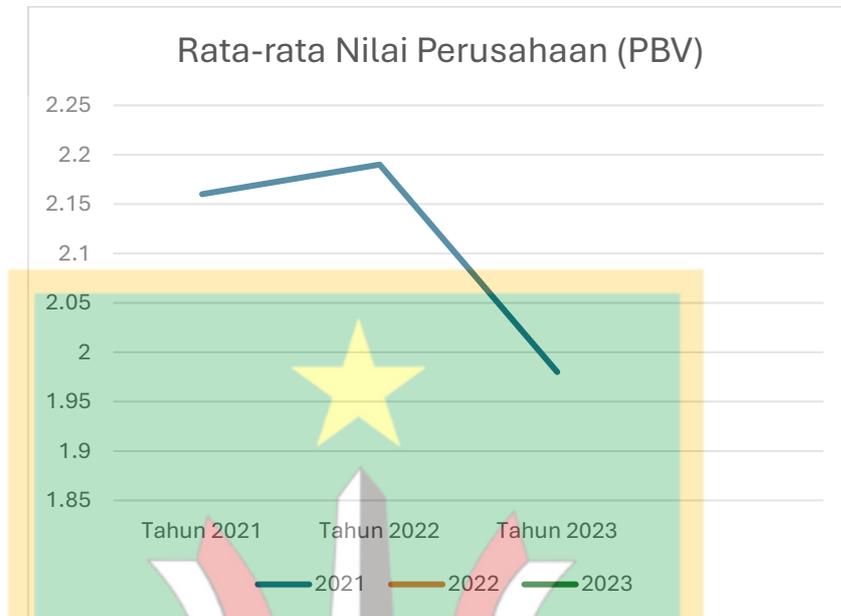
Nilai perusahaan menjadi sebuah hal yang penting untuk manajemen keuangan karena mencerminkan efektivitas strategi keuangan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dengan peningkatan nilai perusahaan, manajemen keuangan dapat menunjukkan bahwa perusahaan dalam mengelola asetnya, meningkatkan struktur modal, dan memaksimalkan laba. Dengan demikian, fokus utama manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan agar dapat menarik minat investor dan menjaga stabilitas serta pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk memiliki akses yang lebih baik ke pendanaan eksternal dengan biaya yang lebih rendah, karena dianggap lebih mampu memenuhi kewajiban keuangan (Brigham & Houston, 2013).

Bagi perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mampu menghasilkan laba berkelanjutan dalam jangka panjang, sehingga lebih menarik bagi investor dan pemegang saham (Febrianti, 2012). Dengan demikian, perusahaan berusaha mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan sebagai bentuk komitmen terhadap pemangku kepentingan mereka.

Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proxy *Price Book Value (PBV)*. PBV merupakan rasio yang membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitasnya. Semakin tinggi nilai PBV, semakin baik perusahaan dinilai oleh pasar dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di mata investor (Fajriah et al., 2022). Dengan demikian, PBV dapat menjadi indikator yang penting untuk melihat kinerja perusahaan di pasar modal.

Fenomena nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2021-2023 menunjukkan kondisi dimana nilai perusahaan di subsektor ini cenderung mengalami

fluktuasi, seperti pada gambar 1.1, dapat dilihat dari tahun 2021-2023 dengan rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan memakai *Price Book Value* mengalami fluktuasi naik turun selama periode penelitian tersebut.



(Sumber: Data diolah, 2024)

**Gambar 1. 1 Grafik Rata-rata Nilai Perusahaan**

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa nilai perusahaan yang dihitung dengan PBV dari tahun 2021 sampai 2023 menunjukkan perubahan setiap tahun yang bervariasi dan menunjukkan fluktuasi naik turun di tiap tahun yang berbeda dan menunjukkan gejala yang sama di semua perusahaan, tahun tertinggi rata-rata nilai perusahaan terjadi pada tahun 2022. Pada data gambar 1.1 diperoleh fenomena bahwa setelah tahun 2021 ke 2022 nilai perusahaan mengalami kenaikan sedikit pada tahun 2022, dan terjadi penurunan lagi pada tahun 2023.

Riset mengenai faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah topik yang sangat penting bagi perusahaan dan akademisi, terutama dalam memahami bagaimana perusahaan dapat meningkatkan daya tariknya di mata investor (Nguyen & Dao, 2022). Beberapa faktor yang mempengaruhi *Price Book Value* (PBV) yang pertama adalah profitabilitas, profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) sebagai proxy dari profitabilitas.

Profitabilitas (ROA) menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang memadai, yang akan mendorong investor dan

pemegang saham untuk tetap mendukung dengan memberikan modal bagi perusahaan. ROA yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya (Putri et al., 2023).

Dalam penelitian (Tamba et al., 2020) di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017, menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas atau kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin meningkat juga nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Paradila et al., 2019) yang meneliti pada perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017 dan (Kusumaningrum et al., 2022) yang meneliti pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2016-2020, yang dimana hasil profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage menggambarkan penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan. Leverage pada penelitian ini diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR). Menurut (Anggraini & Widhiastuti, 2020) leverage (DAR) digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang, DAR muncul karena perusahaan membutuhkan modal untuk mendukung aktivitas operasional sehari-hari. Tingkat DAR yang optimal dapat mendukung peningkatan laba perusahaan serta memberikan pengembalian yang lebih besar bagi pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan (Sofiani & Siregar, 2022) pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2020, menunjukkan bahwa leverage (DAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama dengan hasil penelitian dari (Zuhro & Irsad, 2022) pada perusahaan properti, real estate dan konstruksi yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 dan (Rofida, 2023) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 mendapatkan bahwa leverage (DAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai prediksi permintaan dan daya saing perusahaan dalam satu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan keuntungan,

semakin tinggi tingkat penjualan perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan (Yuniastuti, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh (Fista & Widyawati, 2017) pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2011-2015, (Fajriah et al., 2022) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2019, dan (Elisa & Amanah, 2021) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2019, memiliki persamaan hasil yaitu adanya pengaruh pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan besar kecilnya skala perusahaan, yang diukur berdasarkan total aset atau penjualan bersih. Makin besar total aset atau penjualan, makin besar pula ukuran perusahaan, aset yang lebih besar menunjukkan lebih banyak modal yang diinvestasikan. Begitu pula, meningkatnya jumlah penjualan menunjukkan tingginya arus kas dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan menggambarkan kekayaan aset yang dimiliki perusahaan (Suryandani, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan (Dina & Wahyuningtyas, 2022) pada perusahaan LQ45 periode 2018-2020, menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan persepsi bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk bertahan lebih baik dalam kondisi pasar yang berfluktuasi dan dapat menarik lebih banyak investor. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Muzdalifah & Soekotjo, 2018) pada perusahaan telekomunikasi di BEI periode 2011-2016 dan (Marisha & Agustin, 2022) pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI 2016-2020, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu perusahaan harus memanfaatkan aset perusahaan dengan maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2021-2023”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menunjukkan terjadinya naik turunnya nilai perusahaan pada periode 2021 sampai dengan tahun 2023, maka masalah penelitian yang diajukan adalah bagaimana meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
- b. Apakah Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
- c. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
- d. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI

## C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara empiris:

- a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
- b. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
- c. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
- d. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

### 2. Kegunaan Penelitian

#### a. Bagi Akademisi

Penelitian ini memberikan referensi empiris tentang pengaruh profitabilitas, leverage, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam bidang keuangan dan manajemen.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan di subsektor makanan dan minuman untuk mengevaluasi faktor-faktor internal yang memengaruhi nilai perusahaan. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti profitabilitas dan struktur modal.

c. Bagi Investor

Penelitian ini memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI.

