

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri saat ini berjalan dengan begitu pesat sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif serta memiliki keunggulan kompetitif dibanding dengan para pesaing. Salah satunya pada industri manufaktur di sektor makanan dan minuman yang mengalami persaingan yang sangat ketat, hal ini bisa ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri ini. Industri makanan dan minuman merupakan industri tempat berlangsungnya kehidupan manusia. Dalam kegiatan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari sektor makanan dan minuman karena sektor ini merupakan kebutuhan primer manusia. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pangan, kebutuhan dasar (*primer*) bagi manusia. Industri makanan dan minuman diharapkan tetap menjadi salah satu industri penopang pertumbuhan industri manufaktur dan perekonomian nasional tahun depan. Pentingnya sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang terus menerus dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) sektor nonmigas dan peningkatan realisasi investasi.

Persaingan bisnis antar perusahaan di era globalisasi saat ini tidak dapat dipisahkan dari dampak perkembangan lingkungan ekonomi, sosial dan politik serta kemajuan teknologi. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus dapat secara efektif menjaga dan memelihara lingkungan bisnisnya serta meningkatkan efisiensi dan melakukan inovasi produk agar perusahaan menjadi lebih baik dari

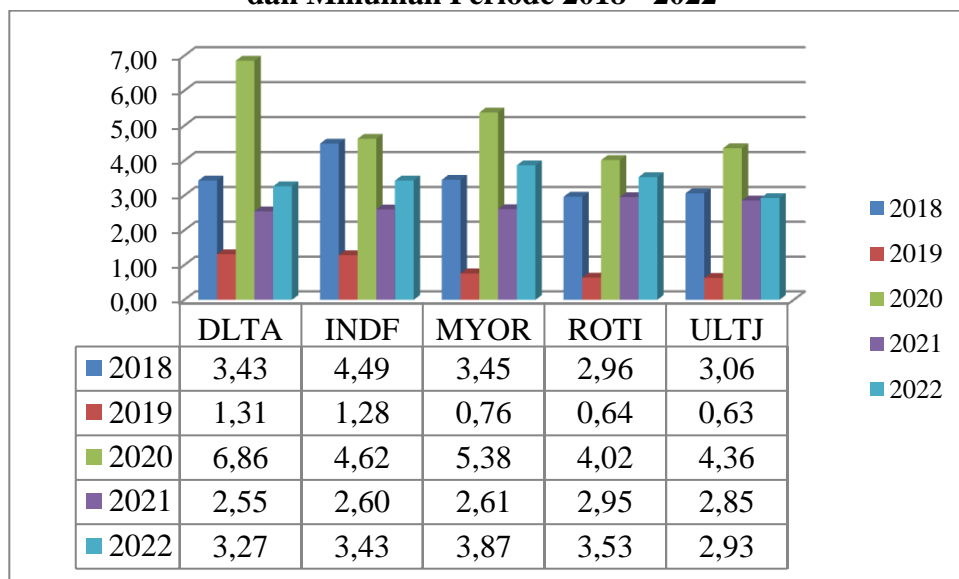
para pesaingnya. Untuk meningkatkan kinerja dan inovasi produk, perusahaan tentu membutuhkan lebih banyak sumber daya. Dan inilah salah satu alasan mengapa perusahaan *go public* dan menjual saham atau menerbitkan obligasi dalam rangka menghimpun dana dari investor. *Goodwill* dipengaruhi oleh beberapa faktor internal perusahaan yang sering digunakan oleh calon investor untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menambah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan. Sebelum investor membuat keputusan investasi, mereka melihat seberapa besar nilai perusahaan. Karena investor melihat nilai perusahaan sebagai syarat bagi perusahaan. Jika nilai perusahaan tinggi maka perusahaan tersebut dianggap baik, tetapi jika nilai perusahaan rendah maka perusahaan tersebut sudah pasti dianggap buruk. Artinya, ketika nilai perusahaan tinggi maka investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan investor percaya bahwa mereka juga akan memperoleh keuntungan yang besar. Investor menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Jika harga saham perusahaan tinggi, investor diuntungkan.

Price to Book Value (PBV) sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Ketika investor menggunakan metode ini sebelum mengambil keputusan, investor memperhatikan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dihasilkan dari operasi perusahaan. Semakin tinggi harga relatif terhadap nilai buku, semakin pasar yakin masa depan perusahaan dalam keadaan baik.

Nilai perusahaan mencerminkan nilai sekarang (*present value*) dari pendapatan yang diinginkan di masa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Erawati & Sihalo, 2019). Gambar 1.1 merupakan rata – rata perhitungan nilai beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman dengan menggunakan PBV dari tahun 2018-2022.

Gambar 1.1
Data Rata – Rata Nilai PBV Beberapa Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2018 - 2022



Sumber : www.idx.co.id (Data diolah penulis)

Gambar 1.1 di atas memperlihatkan bahwa rata – rata nilai perusahaan yang diukur dengan PBV dari beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman periode 2018-2022 menunjukkan perubahan yang berbeda – beda setiap tahunnya. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya memiliki rasio PBV di atas satu.

Dilihat dari data rata – rata nilai beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman di atas masih ada beberapa nilai PBV dibawah satu ditahun tertentu, namun perusahaan tersebut masih akan terus meningkatkan nilai perusahaan di tahun berikutnya.

Nilai perusahaan yang tinggi akan menaikkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan kedepannya. Hal inilah yang membuahkan harapan pemegang saham, lantaran semakin tinggi nilai perusahaan kemakmuran dari para pemegang saham pula tinggi (Husna & Rahayu, 2020b). Harga saham yang tinggi menciptakan nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, lantaran dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Faktor yang pertama dianggap memengaruhi nilai perusahaan adalah tingkat *Return On Investment* (ROI). *Return On Investment* (ROI) adalah persentase penurunan atau kenaikan nilai investasi yang ditanamkan selama jangka waktu tertentu. Istilah yang juga sering digunakan untuk merujuk kepada ROI adalah *Rate of Return* (ROR), *Rate of Profit* (ROP), dan *outcome*. Perhitungan ROI biasanya dilakukan berdasarkan nilai di masa kini, masa lalu, dan prakiraan di masa depan (*forecast*). Dengan kata lain, nilai persentase yang ditampilkan dari perhitungan ROI akan menunjukkan apakah suatu investasi mengalami kerugian atau keuntungan. Jika nilainya positif, berarti investor/pebisnis mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, jika nilainya negatif, berarti investasi mengalami kerugian (Winata et al., 2021).

Earning Per Share (EPS) menjadi salah satu hal yang menarik bagi para investor untuk memutuskan investasi dananya bagi perusahaan. Jika laba yang dihasilkan setiap lembar saham yang beredar begitu baik, maka kesejahteraan para pemegang saham dapat terjamin dengan melihat pembayaran deviden pada setiap akhir tahun perusahaan tersebut beroperasi (Pioh et al., 2018). *Earning Per Share* merupakan rasio pasar yang ada pada dasarnya mengukur kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar yang melampaui pengeluaran investasi. Kenaikan *Earning Per Share* berarti perusahaan sedang dalam pertumbuhan, kondisi keuangan yang meningkat baik dalam peningkatan penjualan maupun laba, semakin besar EPS menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan bersih setiap lembarnya (Handayani & Zulyanti, 2018).

Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dari harapan berbagai pihak baik pihak internal maupun eksternal terkait pertumbuhan perusahaan sangat besar karena perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang tumbuh dan berkembang sehingga diharapkan dapat mendatangkan laba di masa yang akan datang. Perusahaan yang terus tumbuh umumnya akan memiliki prospek yang baik bagi investor, hal ini tentu akan direspon positif oleh para investor sehingga akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di era persaingan. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan

perusahaan untuk meningkatkan total aset yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor eksternal, internal, dan pengaruh iklim industri (Suryanti et al., 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Erikawati, 2022) Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat dinyatakan dalam bentuk total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aset dan penjualan, semakin besar perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang juga perlu diperhatikan terutama bagi para investor dan juga kreditor. Perusahaan yang cenderung berukuran besar tentunya akan memiliki kekuatan yang lebih untuk mendapatkan dana dari kreditor (Murtini et al., 2019).

Ukuran suatu perusahaan dapat dilihat pada laporan keuangan dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka manajemen dapat lebih leluasa untuk mengendalikan dan menggunakan aset perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai dari perusahaan yang dikelolanya. UU No. 20 Tahun 2008 membahas tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Undang-undang ini mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi harga saham dipasar modal, karena ukuran perusahaan mencerminkan akses perusahaan terhadap peluang dan kemampuan pasar modal, ada model pembiayaan eksternal dengan menunjukkan kapasitas meminjam dari perusahaan, terdapat penelitian yang menggunakan tolak

ukur perusahaan melalui harga saham, dan hasilnya skala perusahaan memiliki akibat baik pada harga saham dan beberapa observasi menunjukkan pengaruh ukuran suatu perusahaan atas nilai saham yang tak signifikan. Berdampak pada trend harga saham, tetapi tidak dapat menaikkan harga saham.

Ukuran perusahaan yang berskala besar di industri sektor makanan dan minuman bergerak mempengaruhi harga saham perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menjamin kelangsungan hidup perusahaan maupun lancarnya kegiatan operasional perusahaan. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut.

Objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang membeli bahan baku dan kemudian mengeluarkan biaya lain untuk mengolahnya menjadi produk jadi untuk dijual. Perusahaan manufaktur juga merupakan sektor industri yang berperan penting dalam perekonomian nasional yakni beroperasi untuk menyediakan kebutuhan masyarakat, salah satunya sektor makanan dan minuman yang menjadi fokus pada objek penelitian ini. Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman adalah sebuah badan usaha yang berfokus pada pengolahan produksi jadi pada sektor makanan dan minuman melalui pengelolaan tenaga kerja, energi, mesin, dan pengetahuan. Industri yang bergerak pada sektor produksi makanan dan minuman ini juga sering dikenal dengan FMCG, yang merupakan perusahaan yang membuat berbagai produk kebutuhan sehari-hari, diproduksi dalam jumlah masif, dan terjual dengan cepat.

Menurut penelitian Erikawati (2022) menyatakan *Return On Investment* (ROI) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Sedangkan penelitian (Desi Hermawati, P Dhiana, 2018) variabel *Return On Investment* (ROI) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI.

Penelitian (hanifa, 2020) *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut Pioh et al., (2018) *Earning Per Share* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan Consumer Goods Sub Sector makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Penelitian (Erawati & Sihaloho, 2019) menyimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Krisnando & Novitasari (2021) hasil variabel pertumbuhan perusahaan menunjukkan pengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di BEI.

Penelitian ini mengacu dari penelitian yang dilakukan oleh (hanifa, 2020). Penelitian tersebut berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, *Debt To Equity Ratio*, Dan *Earning Per Share* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Publik Sub Sektor Plastik Dan Kemasan Di BEI periode 2014-2018). Terdapat persamaan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu menggunakan empat variabel dari penelitian (hanifa, 2020).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian (hanifa, 2020) yang pertama, mengganti *Debt to Equity Ratio* dengan *Return On Investment* dan mengubah Ukuran Perusahaan menjadi variabel moderasi, yang kedua mengganti objek studi

empiris pada sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada bursa efek Indonesia tahun 2018-2022. Maka judul yang penulis ambil untuk melakukan penelitian ini adalah “***Return On Investment, Earning Per Share, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2018-2022***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang timbul sebagai berikut:

1. Rendahnya nilai *Return On Investment* menyebabkan perusahaan tidak memperoleh dana dari investor.
2. Nilai *Earning per Share* yang rendah menunjukkan rendahnya keuntungan disetiap lembar saham yang dimiliki perusahaan.
3. Investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai kinerja buruk.
4. Banyaknya investor yang kurang memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga kesulitan dalam mengambil keputusan.
5. Nilai perusahaan yang rendah akan menurunkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan kedepannya.

6. Nilai perusahaan menjadi salah satu faktor penentu investor dalam menilai keberhasilan perusahaan tersebut yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan tersebut untuk melakukan investasi pada perusahaan.
7. Informasi kondisi keuangan perusahaan yang tidak akurat dapat menimbulkan keraguan bagi investor untuk menanamkan modal ke perusahaan yang tepat.
8. Kesulitan investor dalam menganalisis prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang.
9. Investor sering kali hanya memikirkan bagaimana cara mendapatkan tingkat keuntungan yang tinggi tanpa memperhatikan faktor risiko.
10. Adanya fluktuasi harga saham dari waktu ke waktu yang akan mempengaruhi nilai perusahaan dan minat para investor.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membuat ruang lingkup penelitian hanya fokus pada Nilai Perusahaan terhadap *Return On Investment*, *Earning Per Share* dan Pertumbuhan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi. Objek penelitiannya adalah pada perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018 – 2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Return On Investment* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh *Earning per share* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?
4. Bagaimana pengaruh *Return On Investment* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?
5. Bagaimana pengaruh *Earning per share* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?
6. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Investment* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018 – 2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Earning per share* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018 – 2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2018 – 2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Investment* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman 2018 – 2022.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Earning per share* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman 2018 – 2022.
6. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai moderasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman 2018– 2022.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi teoritis pada manajemen keuangan berupa bukti empiris tentang pengaruh *Return On Investment*, *Earning Per Share*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan perusahaan pihak manajemen sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan besarnya Dividen kepada pemegang saham dengan pertimbangan pendapatan, modal internal maupun eksternal dan penilaian terhadap perusahaan.

b. Bagi Akademis

Sebagai media untuk menambah wawasan dan menguji kemampuan mahasiswa yang berkaitan dengan Nilai Perusahaan. Serta dapat dijadikan pengalaman untuk keterampilan dan kreatifitas mahasiswa yang berkaitan dengan mata kuliah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai acuan atau pertimbangan bagi peneliti berikutnya yang tertarik dengan masalah ini dan memperdalam penelitian ini.