

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha saat ini ditandai dengan kemajuan yang sangat pesat dan persaingan yang ketat. Hal ini dibuktikan dengan kemajuan pembangunan di sejumlah bidang, termasuk ekonomi. Berkembangnya perekonomian Indonesia telah memicu keinginan para pengusaha untuk mengelola dan mengoperasikan perusahaan-perusahaan Indonesia. Bisnis-bisnis dalam negeri kini menghadapi persaingan yang ketat sebagai akibat dari iklim ekonomi saat ini. Setiap bisnis didorong oleh persaingan ini untuk terus meningkatkan kinerjanya guna mencapai tujuannya. Meningkatkan nilai perusahaan dan memastikan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang sahamnya adalah dua tujuan utama dari bisnis yang berorientasi pada laba.

Perusahaan, sebagai entitas ekonomi, pada dasarnya memiliki tujuan utama untuk menghasilkan laba, namun juga harus berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan investasi oleh para investor, yang mempertimbangkan apakah akan berinvestasi di suatu perusahaan atau tidak. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, penting untuk menarik minat investor, sehingga dapat mencerminkan prospek dan harapan terhadap kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kekayaannya di masa depan.

Nilai perusahaan menggambarkan keadaan dan kinerja suatu perusahaan, selain itu nilai perusahaan juga menjadi salah satu indikator yang menjadi bahan pertimbangan calon investor dalam pengambilan keputusan pihak manajemen perusahaan selalu berusaha unntuk meningkatkan nilai perusahaan. Pihak manajemen perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengelola perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Hasanuddin et al., (2023) Nilai Perusahaan merupakan penilaian kolektif investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham.

Nilai perusahaan bisa diukur dengan menggunakan rasio *price to book value* (PBV). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan rasio PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku dan ekuitas. Semakin tinggi nilai nya maka menunjukan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut.

Berikut merupakan tabel rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diukur dengan rasio *Price to Book Value* (PBV).

Tabel 1.1 Nilai Price to Book Value (PBV) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023

No	Kode Perusahaan	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1.	AALI	1,48	1,23	0,86	0,69	0,6
2.	ADES	1,09	1,23	2,00	3,17	3,3
3.	BISI	1,36	1,26	1,09	1,57	1,38
4.	BUDI	0,36	0,34	0,58	0,7	0,79
5.	CEKA	0,88	0,84	0,81	0,76	0,67
Rata-Rata		1,03	0,98	1,06	1,37	1,34

Sumber : www.idx.co.id (data diolah 2024).

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat di simpulkan bahwa rata-rata nilai PBV dari tiap perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman dari periode 2019-2023 sangat bervariasi dan mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Dari lima perusahaan yang menjadi objek penelitian, pada tahun 2023 tiga perusahaan mengalami penurunan nilai PBV dari satu tahun sebelumnya yaitu perusahaan AALI,BISI dan CEKA. Sedangkan tiga perusahaan yaitu ADES, BUDI pada periode 2021mengalami peningkatan PBV dari tahun sebelumnya. Perusahaan ini menarik untuk diteliti, semakin besar nilai perusahaan,pasar akan semakin percaya terhadap prospek perusahaan.

Seiring dengan meningkatnya minat dan kesadaran masyarakat di bidang pasar modal, bagi investor, nilai suatu perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk dipertimbangkan. Ketika melihat nilai suatu perusahaan, investor tidak bisa lepas dari informasi berupa laporan keungan tahunan perusahaan.

Pertumbuhan penjualan adalah faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan (Dolontelide & Wangkar, 2019). Semakin meningkatkan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan.

Keberhasilan masa lalu perusahaan tercermin dalam pertumbuhan penjualan, yang juga digunakan untuk meramal keberhasilan masa depan perusahaan. Pertumbuhan penjualan juga bisa menjadi daya saing pasar suatu perusahaan jika perusahaan memiliki pertumbuhan penjualan yang kuat, ini menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi, yang diantisipasi oleh pemilik bisnis.

Pertumbuhan penjualan mewakili efektivitas investasi sebelumnya dan dapat digunakan untuk mengantisipasi pertumbuhan di masa depan, sehingga setiap perusahaan secara alami mengharapkan penjualan meningkat dari tahun ke tahun. Indikator daya saing pemerintah dan kekuatan bisnis dalam suatu industry antara lain adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan

menunjukkan bahwa pendapatan usaha juga meningkat. Kapasitas perusahaan untuk mempertahankan keunggulan dalam mengidentifikasi kemungkinan potensial akan tergantung pada tingkat yang tinggi atau stabil di pertumbuhan penjualan (Arum et al., 2024).

Dalam penelitian Adnyan & Suaryana (2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi secara positif. Apabila semakin meningkat pertumbuhan penjualan perusahaan, berarti akan menunjukkan tingginya nilai perusahaan, hal ini menjadi keinginan pemegang perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Afinindy (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara negatif sebab pertumbuhan penjualan belum pasti dengan peningkatan laba bersih perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan perbandingan besar kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi, Semakin besar ukuran suatu perusahaan itu maka kecenderungan menggunakan modal juga akan semakin besar Hal ini disebakan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing, apabila modal sendiri tidak mencukupi. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka akan semakin besar pula jumlah aset yang dimiliki, semakin banyak pula hutang yang digunakan sebagai sumber pendanaan perusahaan (Setiowati et al., 2023).

Ukuran perusahaan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya, skala ekonomi, dan efisiensi operasional yang berdampak pada laba. Menurut Dewi & Abundanti (2022) Ukuran perusahaan juga dapat dihitung dan disimpulkan berdasarkan besaran perusahaan tersebut. Besaran tersebut dilihat dari jumlah ekuitas, penjualan, hingga jumlah aset yang menjadi milik perusahaan. Apabila perusahaan memiliki jumlah aset yang cukup besar, maka dengan begitu akan membuat pihak manajemen semakin mudah dalam penggunaan aset untuk membantu proses pengingkatan nilai perusahaan.

Dalam penelitian Putra & Gantino (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebab ukuran perusahaan bukan dasar pemikiran investor guna melakukan investasi. Sedangkan penelitian Angelica (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan ini tengah mendapat perkembangan serta pertumbuhan yang bagus, jadi menaikkan nilai dari suatu perusahaan.

Selain pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan, ada faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dan faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas sangat penting bagi bisnis untuk mempertahankan kelangsungan bisnis karena menunjukkan apakah suatu perusahaan memiliki prospek masa depan yang menjanjikan atau tidak. Profitabilitas memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba dari operasionalnya, yang mencerminkan efisiensi biaya, kekuatan manajemen, serta efektivitas strategi pemasaran dan distribusi. Pada sub sektor makanan dan

minuman, perofitabilitas dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti fluktuasi, efesiensi produksi, daya saing di pasar, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren konsumen yang cepat berubah. Perusahaan mampu menjaga profitabillitas yang stabil atau meningkat akan menarik investor di BEI.

Profitabilitas adalah ukuran seberapa baik aset perusahaan dikelola oleh manajemen, yang dibuktikan dengan laba yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan membuat keputusan tentang penjualan dan investasi yang menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan masa depan yang menjanjikan sehingga investor akan merespon positif terhadap nilai perusahaan akan meningkat (Amiah, 2022).

Rasio profitabilitas juga mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola biaya dan pendapatan. Rasio ini sangat penting karena dapat memberikan wawasan tentang seberapa baik perusahaan dalam meningkatkan laba, baik dari hasil penjualan produk maupun dari pendapatan investasi yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas yang baik menunjukkan kinerja yang stabil dan efektif dalam mengelola berbagai aspek bisnisnya, termasuk pengelolaan biaya dan strategi pemasaran

Menurut Anggraeni& Oktaviani (2021) Profitabilitas adalah suatu yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan melihat dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan, semakin baik profitabilitas maka menggambarkan kemampuan tingginya perolehan laba perusahaan.

Dalam penelitian Khumairoh & Suprihhadi (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Anggaeni & Arief (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk memilih judul penelitian mengenai **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktor Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2019-2023.**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Penurunan laba yang disebabkan oleh persaingan bisnis antar perusahaan sehingga dapat menyebabkan kurangnya permintaan pasar
2. Harga saham yang rendah pada suatu perusahaan membuat investor enggan untuk menginvestasikan dananya sehingga membuat nilai perusahaan menjadi menurun
3. Perusahaan yang tidak berinovasi atau deradaptasi dengan perubahan pasar dapat kehilangan daya saing, karena dapat mengurangi daya tarik perusahaan dimata investor
4. Pertumbuhan penjualan yang rendah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan
5. Munculnya pesaing baru dapat mengurangi pangsa pasar dan menghambat pertumbuhan penjualan

6. Harga saham yang rendah pada suatu perusahaan membuat investor enggan untuk menginvestasikan dananya
7. Penurunan pertumbuhan penjualan dapat mengakibatkan turunnya nilai perusahaan sehingga perusahaan akan kurang baik dimata investor
8. Keterbatasan sumber daya dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar
9. Perusahaan yang tidak menguntungkan akan menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menjalankan aktivitas karena menghambat perusahaan untuk mendapatkan pendanaan dari luar perusahaan
10. Persaingan yang semakin ketat di industri menyebabkan perusahaan kesulitan untuk mempertahankan pangsa pasar, sehingga mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini berfokus dan tidak menyimpang dari yang diharapkan. Maka penulis membatasi permasalahan yang ada yaitu Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (X1) Dan Ukuran Perusahaan (X2) Terhadap Nilai Perusahaan (Y) Dengan Profitabilitas (Z) Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode (2019-2023).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan, maka terdapat beberapa rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)?
2. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)?
3. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)?
4. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)?
5. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)?
6. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
7. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah di rumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan Dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
6. Untuk Mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023

7. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode (2019-2023)

1.6 Manfaat Penilitian

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan serta pemahaman mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya atau bahan kajian informatif yang mampu menjadi dasar evaluasi bagi seluruh perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharakan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan secara lebih luas dan sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya yang memiliki penelitian sejenis.