

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu organisasi dengan sumber daya dasar (input), seperti bahan baku dan tenaga kerja, digabung dan diproses untuk menyediakan barang atau jasa (output) untuk pelanggan. Tujuan perusahaan menurut (Warren et al 2017) adalah memaksimalkan keuntungan (profit). Keuntungan atau laba adalah selisih antara uang yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dan biaya yang dikeluarkan untuk input yang digunakan guna menghasilkan barang/jasa.

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan/nilai perusahaan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang sudah go publik tercermin dalam harga saham perusahaan sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum go publik nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha dan lain-lain) (Margaretha, 2015). Adapun perusahaan memiliki banyak jenis, diantaranya adalah perusahaan manufaktur.

Perusahaan manufaktur adalah sebuah bentuk badan usaha yang mengoperasikan peralatan berupa mesin atau tenaga kerja dalam suatu proses untuk mengubah bahan mentah atau setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai ekonomis. Perusahaan manufaktur memiliki banyak industri, diantaranya adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Perusahaan manufaktur dengan hasil produksi makanan dan minuman berperan sebagai

penyedia bahan makanan dan minuman baik dalam bentuk setengah jadi maupun produk jadi yang siap dikonsumsi. Di Indonesia, perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri makanan dan minuman memiliki cukup banyak potensi. Ini terbukti dalam tahun 2020 terdapat 26 perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Tentu saja perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang bagus.

Husman dan Pudjiastuti (2012) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan suatu indikator yang digunakan pemegang saham atau calon pemegang saham (investor) untuk melihat atau mengukur potensi yang ada dalam suatu perusahaan. Potensi tersebut adalah tingkat pengembalian dari invest yang dilakukan oleh investor. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan, semakin tinggi pula pengembalian investasi. Nilai perusahaan memiliki pengertian ketika perusahaan dijual, maka investor akan membayar sesuai dengan nilai tersebut.

Menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Nilai perusahaan terdiri dari nilai utang dan saham. Memaksimumkan kemakmuran pemegang saham, nilai utang konstan maka nilai perusahaan akan maksimum. Kemakmuran pemegang saham sering diterjemahkan ke dalam kenaikan harga pasar saham (Hanafi, 2016). Perusahaan mempunyai tujuan jangka panjang yaitu memaksimumkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan semakin meningkat. Fama (2011)

menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham yang dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan memengaruhi profitabilitas perusahaan yang menyakini bahwa persentase perubahan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur growth perusahaan. Ukuran yang digunakan adalah dengan menghitung proporsi kenaikan atau penurunan aktiva. Pada penelitian ini, pertumbuhan perusahaan diukur dari proporsi perubahan asset, untuk membandingkan kenaikan atau penurunan atas total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Asset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar asset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan (Ang, 2012).

Nilai suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Susilawati (2012) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain

sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan.

Menurut Pirmatua Sirait (2017) definisi Profitabilitas sebagai berikut: Profitabilitas atau kemampulabaan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Menurut Irham Fahmi (2014) definisi Profitabilitas sebagai berikut: “Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi”.

Menurut Hery (2016) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Adapun menurut Kasmir (2017) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Sedangkan Menurut V Wiratna Sujarweni (2017) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri.

Likuiditas juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban untuk membayar utang-utang jangka pendeknya, yaitu; utang usaha, utang dividen, utang pajak, dan lain-lain. Menurut Kariyoto (2017) Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan

untuk memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek atau pada waktu tagih.

Menurut Bambang Riyanto (2010), pengertian likuiditas adalah hal-hal yang berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dilunasi. Menurut Syafrida hani (2015), pengertian likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban keuangan yang segera dapat dicairkan atau yang sudah jatuh tempo. Secara spesifik likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo.

Pengertian Rasio Likuiditas Menurut Arief dan Edi (2016) Rasio likuiditas adalah rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut periansya (2015) Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek. Menurut Kasmir (2016), Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang-utang jangka pendeknya yang jatuh tempo atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban pada saat ditagih.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan masih banyak yang belum menunjukkan konsistensi dan mengacu pada penelitian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan variabel independen struktur pertumbuhan, profitabilitas dan likuiditas. Penelitian ini menggunakan perusahaan Manufaktur yang bergerak dalam bidang Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi.

Namun populasi dari perusahaan manufaktur ini kemudian akan dipilih dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga terpilihnya sampel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh struktur pertumbuhan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek indonesia pada periode 2017-2019?
2. Apakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek indonesia pada periode 2017-2019?
3. Apakah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek indonesia pada periode 2017-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun diadakannya penelitian ini yaitu bertujuan untuk :

1. Mengetahui apakah struktur pertumbuhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek indonesia pada periode 2017-2019?
2. Mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek indonesia pada periode 2017-2019?

3. Mengetahui apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri makan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat, baik memberikan manfaat di bidang akademisi maupun juga di bidang praktisi.

1. Di bidang akademisi diharapkan dapat menambah wawasan dan sumber referensi bagi mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian dengan judul yang berkaitan.
2. Di bidang praktisi diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yakni digunakan sebagai bahan pertimbangan serta bahan evaluasi.