

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah bentuk badan usaha atau tempat berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan kewirausahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya (Wahyuati, 2017). Perolehan laba yang maksimal akan menjadikan perusahaan dapat terus melangsungkan kehidupannya serta dapat memberikan keuntungan kepada para pemilik saham perusahaan. Pada era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Persaingan yang semakin meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional menuntut perusahaan agar dapat mempertahankan atau memperoleh keuntungan yang kompetitif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (Rudangga, 2016) . Hal ini sangat penting karena ukuran keberhasilan manajemen sebuah perusahaan dapat dilihat dari kemampuan dan peranan manajemen perusahaan dalam mensejahterakan para pemegang saham. Dalam melakukan keputusan investasi para pemegang saham memerlukan informasi tentang penilaian saham. Harga saham yang tinggi membuat ketertarikan investor akan semakin besar, karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa tingkat kemakmuran yang tinggi dari para pemegang saham dalam suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat kepercayaan investor akan meningkat, baik itu

kinerja perusahaan saat ini maupun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Pantow et al., 2015).

Setiap perusahaan pada umumnya akan memfokuskan kegiatannya untuk meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai maksimum (Dolontelide et al., 2019). Terdapat tiga keputusan utama yang akan menentukan nilai perusahaan yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan manajemen aktiva. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang menyangkut keputusan manajemen diantaranya adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*), ukuran perusahaan (*firm size*) dan profitabilitas. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam satu area industri yang sama.

Prospek pertumbuhan yang baik di masa depan yang ditunjukkan dari pertumbuhan penjualan (*sales growth*) juga dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan return saham yang tinggi bagi investor. Semakin besar volume penjualan maka laba yang akan dihasilkan pun akan meningkat dan diikuti naiknya ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan (*firm size*) maka akan lebih mudah untuk memperoleh dana yang digunakan untuk operasional perusahaan (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016). Hal tersebut dapat ditunjukkan dari besarnya total aset yang dimiliki perusahaan sehingga memberikan kepercayaan pihak eksternal saat akan menginvestasikan dananya. Nilai perusahaan selain dipengaruhi oleh *sales growth* juga dipengaruhi oleh *firm size* atau ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan. Ukuran perusahaan juga menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menentukan

keputusan pendanaan. Pada perusahaan yang relatif besar cenderung menggunakan dana eksternal yang semakin besar pula, hal itu disebabkan dana yang dibutuhkan semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai tolak ukur besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan, ataupun hasil nilai dari total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aktiva yang dimiliki oleh perusahaan mempengaruhi kepercayaan kreditur untuk memberikan kredit kepada perusahaan. Sehingga semakin memiliki kemudahan untuk mendapatkan utang (Susanti & Agustin, 2015).

Profitabilitas selain digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi (Kasmir, 2017). Rasio profitabilitas mengukur keberhasilan manajemen sebagaimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Profitabilitas merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menilai sebuah perusahaan, menunjukkan efektivitas sebuah perusahaan, serta memperlihatkan bagaimana manajemen perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki (Artini, 2019).

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang manufaktur yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman mempunyai basis pendapatan besar baik dari hasil penjualan produk maupun investasi perusahaan dan ukuran perusahaan pada sub sektor ini juga bervariasi. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia [kemenperin.go.id](http://kemenperin.go.id)). Industri

makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang ikut menopang peningkatan nilai investasi nasional, yakni pada tahun 2018 sektor ini menyumbang hingga Rp56,60 triliun dari realisasi total nilai investasi pada sektor industri manufaktur sepanjang tahun 2018 mencapai Rp222,3 triliun. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian “Pengaruh *sales growth*, *firm size* dan profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan pada sub bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *sales growth*, *firm size* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI
2. Mengetahui pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI
3. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI
4. Mengetahui secara simultan pengaruh *sales growth*, *firm size* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti selanjutnya
  - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan atau acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama yang berhubungan dan berkaitan dengan judul penelitian ini.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan perbandingan data dan juga sebagai referensi untuk penelitian terdahulu yang terdapat dalam salah satu bab penelitian ini.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
  - a. Sebagai tambahan informasi ilmu pengetahuan dan menambah perbendaharaan perpustakaan bagi para mahasiswa dalam studi perbandingan
  - b. Dapat dijadikan acuan bagi penulis lain yang ada di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya apabila ingin melakukan penelitian sejenis.

c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi lembaga pada program studi akuntansi.

3. Bagi Perusahaan

a. Memberikan informasi yang lebih luas bagi perusahaan tentang pengaruh *sales growth*, *firm size* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

b. Memberikan masukan mengenai kebijakan dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam mengambil keputusan manajemen usaha dan investasi.

4. Bagi Investor

a. Memberikan masukan mengenai prospek perusahaan sebelum calon investor menginvestasikan modalnya pada perusahaan.

b. Sebagai bahan evaluasi untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.

c. Sebagai bahan pertimbangan dan membangun pemikiran untuk mengambil keputusan investasi yang dilakukan pada saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.