

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan merupakan bentuk badan usaha tempat untuk berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Mempertahankan keberlangsungan perusahaan adalah hal penting yang harus dilakukan untuk mempertahankan perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan para pemiliknya. Tujuan utama perusahaan yang sudah *go public* (perusahaan yang menawarkan sahamnya pada publik) yaitu untuk menghasilkan *profit* guna meningkatkan kemakmuran pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan (Gultom, Agustina, dan Wijaya 2013).

Nilai perusahaan merupakan hasil dari sebuah keputusan keuangan yang dilakukan oleh investor. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran para pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan tinggi, sehingga para pemegang saham berkeinginan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Dalam teori sinyal dikatakan bahwa pengeluaran investasi oleh investor memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Dewi dan Abundanti, 2019).

Nilai perusahaan sebuah cermin situasi perusahaan masa kini dan juga menjelaskan pertumbuhan perusahaan di masa depan. Saat ini masih terdapat beberapa perusahaan yang masih terlihat sulit dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan sehingga sulit menarik minat investor. Hal ini mengharuskan seorang manajer memahami beberapa hal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga menarik minat para investor (Putri dan Wahyuningsih, 2021).

Menurut Sigar dan Kalangi (2019) harga saham merupakan harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan terhadap profit perusahaan. Kondisi permintaan atau penawaran atas saham yang fluktuatif tiap harinya akan membawa pola harga saham yang fluktuatif juga. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan tersebut juga meningkat, dan kepercayaan investor atau calon investor terhadap emiten juga semakin tinggi dan hal ini dapat menaikkan nilai emiten, demikian juga dengan kekayaan pemegang sahamnya. Sebaliknya, jika harga saham perusahaan turun maka kinerja perusahaan tersebut turun, berarti dapat menurunkan nilai emiten dimata investor atau calon investor dan kekayaan pemegang sahamnya juga turun. Tujuan maksimalisasi kinerja perusahaan ini harus mendasari semua keputusan yang diambil dalam perusahaan, oleh karena itu peningkatan nilai perusahaan perlu diperhatikan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi rasio likuiditas yang dimiliki

perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan yang dapat dilakukan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Selain itu tingginya rasio likuiditas menggambarkan ketersediaan dana perusahaan untuk melakukan operasi perusahaan dan membayarkan dividen. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi memiliki prospek yang bagus oleh para investor, karena para investor mempersepsikan perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga bisa meningkatkan harga saham yang berarti nilai perusahaan juga meningkat (Putra dan Lestari, 2016).

Yanti dan Darmayanti (2020) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut memiliki arus kas pembiayaan yang cukup digunakan untuk membayar kewajibannya. Bagi perusahaan memiliki likuiditas yang baik dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik oleh investor. Semakin tinggi likuiditas maka kemampuan perusahaan menyediakan dana untuk pembayaran dividen kepada pemegang saham akan besar. Hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga akan membantu kelangsungan operasional perusahaan. Oleh karena itu likuiditas dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena jika profitabilitas mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya. Hal ini sesuai dengan teori sinyal bahwa profitabilitas yang tinggi

mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Indriyani, 2017).

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor serta meningkatkan kepercayaan pada investor. Kepercayaan investor ini pada akhirnya dapat menjadi instrumen yang paling efektif untuk mengangkat harga saham perusahaan. Apabila perusahaan tidak memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba, maka para investor akan ragu atau tidak percaya untuk menanamkan sahamnya. Ketidakpercayaan dari investor menjadi pemicu yang penurunan harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan menjadi jatuh (Jonardi, 2021).

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena perusahaan mampu memberikan sinyal yang bagus kepada investor berdasarkan pertumbuhan penjualan dari perusahaan bahwa peningkatan penjualan perusahaan meningkat secara konsisten atau pendapatan perusahaan meningkat dari setiap tahun, dan investor bisa menangkap sinyal tersebut dengan baik sehingga tertarik menanam modal mereka di perusahaan (Sigar dan Kalangi, 2019).

Adnyani & Suaryana (2020) menyatakan hal serupa bahwa apabila semakin meningkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka akan semakin meningkat nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan menjadi keinginan pemegang perusahaan dan investor. Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai tolak ukur guna mengetahui peluang dan potensi perusahaan tempat investor menanamkan modal ke depannya.

Penelitian berkaitan dengan nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting. Karena penilaian perusahaan merupakan bagian yang penting dalam proses privatisasi perusahaan. Proses ini sering kali hanya memperhatikan aspek keuangan yang terfokus pada nilai asset fisik yang direfleksikan dalam bentuk laporan *balance sheets* dan *income statemen*. Nilai potensial suatu perusahaan dapat dilihat atas dua hal, yaitu modal keuangan dan modal intelektual. Para CEO sebuah perusahaan sering kali hanya melihat aspek modal keuangan, sementara peranan modal intelektual menjadi sebuah keharusan dalam paradigma organisasi di era global. Selain itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman, karena perusahaan makanan dan minuman biasanya lebih bereaksi terhadap perubahan dan kejadian-kejadian ekonomi.

Pertumbuhan penjualan sering digunakan oleh beberapa pihak seperti investor, kreditur, dan pihak lain untuk melihat kondisi suatu perusahaan. Dengan melihat keadaan penjualan tahun sebelumnya, emiten dapat memaksimalkan sumber daya atau aset yang ada dalam meningkatkan nilai perusahaan saat ini dengan menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memprokyeksikan

keuntungan yang akan diperoleh perusahaan di masa yang akan datang. Adapun penelitian dari Zalfa Yulimtinan & Suci Atiningsih (2021), menghasilkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Bayu Ajie Santoso & Anindhya Budiarti (2020), menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ida Ayu Puspita Trisna Dewi & I Ketut Sujana (2019), menunjukkan pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Leang Andriani (2018), menghasilkan pertumbuhan penjualan yang diproksi dengan sales growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bela FebrianaFista, & Dini Widyawati (2017), menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Dalam suatu emiten dapat dinilai memiliki performa yang bagus apabila emiten tersebut dapat memperoleh tingkat keuntungan yang optimal. Profitabilitas dapat dijadikan salah satu faktor yang bisa memberikan dampak ada nilai perusahaan. Perkembangan yang terjadi pada tingkat nilai profitabilitas tidak bias diremehkan atau dibiarkan, hal ini dikarenakan jika peningkatan pada profitabilitas sangat diperlukan untuk melihat survivabilitas jangka panjang pada perusahaan. Dalam hal ini, dengan adanya pembayaran bunga pada utangankemiliki dampak pada pengurang pajak. Sementara itu, penambahan utang yang terjadi dipendanaan akan memberikan penurunan nilai profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan

Minuman Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021) sebagai judul penelitian yang akan diteliti.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah rasio likuiditas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021?
2. Apakah rasio profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021?
4. Apakah rasio likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh rasio likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021.
4. Untuk mengetahui rasio likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan, secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian tentang pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tergabung dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021) adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoristis**



Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman yang nyata mengenai teori yang diperoleh dalam perkuliahan terutama mengenai teori keuangan khususnya mengenai rasio likuiditas, rasio profitabilitas, serta pertumbuhan penjualan..

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran secara praktis bagi berbagai pihak :

##### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tentang kinerja keuangan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk periode berikutnya.

##### 2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan berinvestasi.

##### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menerapkan ilmu atau teori yang telah diperoleh saat mengikuti perkuliahan dengan permasalahan yang sesungguhnya, sehingga memperoleh gambaran yang jelas sejauh mana tercapai keselarasan antara pengetahuan secara teoritis dan prakteknya.

##### 4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan wacana bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.