

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Barang konsumsi menjadi industri yang penting bagi perkembangan perekonomian bangsa. Hal ini tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri barang konsumsi di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri bahwasanya dalam proses produksi barang konsumsi dibutuhkan banyak sumber daya termasuk di dalamnya sumber daya manusia. Industri barang konsumsi mempunyai peranan dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan pada suatu negara.

Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sub sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Industri makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya. Hal ini terlihat semakin menjamurnya industri makanan dan minuman di negara Indonesia khususnya semenjak memasuki krisis pada tahun 1998 dan 2008. Kondisi ini membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba- lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman tersebut.

Industri makanan dan minuman saat ini merupakan penyumbang kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan industri manufaktur nasional. Dengan peran yang begitu besar, tidak heran industri ini menjadi salah satu andalan ekonomi nasional. Tak heran, omzet industri makanan dan minuman diestimasi lebih dari Rp 1.000 triliun pada 2016. Selain itu industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi Indonesia. Selain itu Industri makanan dan minuman sangat berperan penting hal tersebut bisa dilihat kontribusinya terhadap PDB (produk domestik bruto) industri non-migas tanah air. Pada triwulan IV 2017 menurut data BPS perusahaan makanan dan minuman tumbuh 13,76% dan pada 2018 menyumbang 35,46% terhadap PDB industri manufaktur. Hal ini menunjukkan peranan industry makanan minuman sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Dari triwulan I 2017 selalu bergerak positif hingga triwulan I 2018 dapat di lihat pada table produk domestik bruto berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia.

Tabel 1.1
Laju pertumbuhan produk domestik bruto industri pengolahan

LAPANGAN USAHA	2017*					2018*
	I	II	III	IV	Jumlah	I
Industri Pengolahan	4,28	3,50	4,85	4,46	4,27	4,50
Industri Batubara dan Pengilangan Migas	0,18	0,01	-0,21	-1,29	-0,32	0,13
Industri Pengolahan Non Migas	4,80	3,93	5,46	5,14	4,84	5,03
Industri Makanan dan Minuman	7,70	6,48	8,92	13,76	9,23	12,70
Industri Pengolahan Tembakau	2,72	0,79	1,12	-7,64	-0,84	-4,62
Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	0,32	3,78	4,58	6,39	3,76	7,53
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	8,34	4,55	-0,97	-2,75	2,22	4,94
Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	-3,34	-2,11	1,36	4,85	0,13	3,84
Industri Kertas, Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	7,85	-1,23	-0,35	-4,52	0,33	-5,75
Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	10,30	8,77	5,26	-5,46	4,53	-6,30
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	6,71	-1,03	1,04	3,10	2,47	3,41
Industri Barang Galian bukan Logam	0,73	-4,17	-1,70	1,58	-0,86	4,69
Industri Logam Dasar	-2,17	6,71	12,45	7,05	5,87	9,94
Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik, dan Peralatan Listrik	3,09	4,44	3,43	0,27	2,79	-2,93
Industri Mesin dan Perlengkapan	0,20	6,30	6,33	9,51	5,55	14,98
Industri Alat Angkutan	3,06	0,61	5,64	5,38	3,68	6,33
Industri Furnitur	4,39	1,29	5,44	3,79	3,71	2,23
Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	-0,85	-3,06	-0,73	-2,22	-1,72	-1,87
PRODUK DOMESTIK BRUTO	5,01	5,01	5,06	5,19	5,07	5,06

Sumber : Badan Pusat Statistik

* Angka Semestara

** Angka Sangat Semestara

Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia cukup banyak dibandingkan dengan perusahaan dibidang lainnya. Hal ini dapat dilihat adanya perusahaan yang baru *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2017. Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 adalah 18 perusahaan, 4 diantaranya baru tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 yaitu Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP), Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) dan Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR).

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi

nasional. Capaian kinerjanya menurut data BPS selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Tantangan ke depan perusahaan manufaktur khususnya makanan dan minuman akan dihadapi revolusi industri 4.0 yang merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, di mana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama.

Revolusi industri itu sendiri diartikan sebagai perubahan besar dan radikal terhadap cara manusia memproduksi barang. Sedangkan industry 4.0 merupakan konsep pertama kali digunakan publik dalam pameran industri Hannover Messe di kota Hannover, Jerman di tahun 2011. Agar dapat bersaing di industry 4.0 perusahaan harus melakukan investasi pada teknologi. Hal ini yang akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan kepada investor.

Potensi Indonesia sebagai negara tujuan investasi tidak akan pernah habis. Para pemilik modal yang kerap di dunia bisnis investasi, terus melirik Indonesia sebagai salah satu negara potensi untuk penanaman modal. Dalam hal ini Indonesia merupakan salah satu tujuan utama dalam penanaman modal, sebab Indonesia memiliki aspek-aspek penting yang menunjukkan bisnis investasi yang terpecaya. Menurut kementerian perindustrian, daya tarik Indonesia sebagai pemicu tersendiri bagi Investor asing untuk menanamkan modalnya. Daya tarik tersebut terwujud dari aspek-aspek pendukung investasi seperti adanya perekonomian yang sehat, situasi politik yang stabil, iklim investasi yang baik, melimpah sumber daya alam, situasi demografis yang menguntungkan, pasar domestik yang terus berkembang, serta memiliki peranan global yang baik.

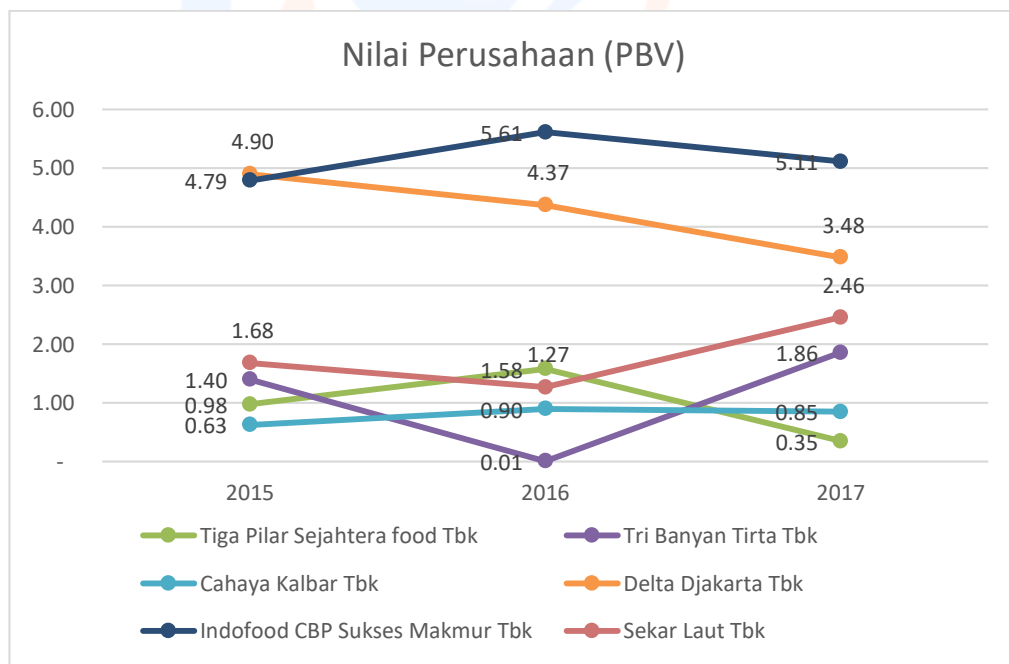
Sebelum memasuki pasar saham Indonesia para investor akan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pergerakan harga saham yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal atau tekhnikal yaitu untuk mempelajari tentang perilaku pasar yang di terjemahkan kedalam grafik riwayat harga dengan tujuan untuk memprediksi harga di masa yang akan datang. Sedangkan faktor internal atau faktor fundamental adalah studi tentang ekonomi, industri dan kondisi perusahaan untuk memperhitungkan nilai perusahaan yang wajar pada laporan keuangan.

Investor tentunya tidak sembarang dalam memilih perusahaan untuk menanamkan modalnya. Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu 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. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Darma,2016)[1]. Nilai perusahaan yang tinggi juga mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi nilai perusahaan investor akan mendapat keuntungan tambahan selain dividen yang diberikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa *capital gain* dari saham yang mereka miliki.

Nilai perusahaan dapat dianalisis dengan menggunakan rasio PBV (price book value) atau sering juga disebut dengan market to book value ratio dan bisa menggunakan Tobins'Q, rasio ini merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku sahamnya. Semakin tinggi rasio PBV menunjukkan perusahaan semakin dipercaya yang artinya nilai perusahaan menjadi lebih tinggi.

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan salah satunya yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang akan dipaparkan pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data yang diolah

Gambar 1.1 Nilai Perusahaan dalam PBV Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2017.

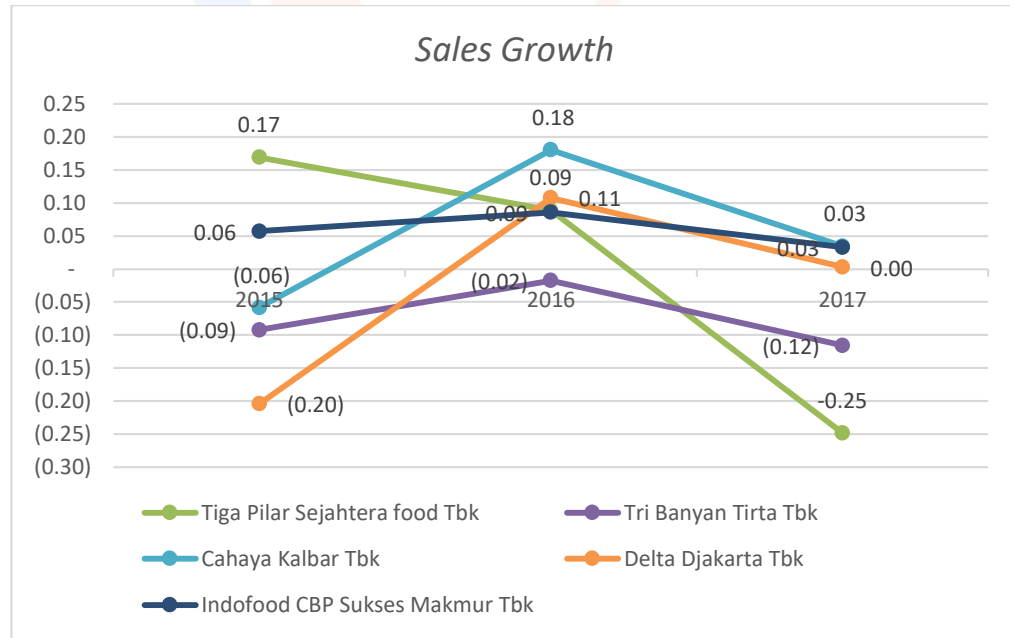
Berdasarkan data diatas adanya nilai PBV perusahaan yang tinggi di tahun 2016 yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) 5.61 kali berarti nilai harga saham perlebarnya lebih besar 5.61 kali terhadap nilai buku persahamnya pada tahun 2016. Turun kembali pada tahun 2017 menjadi 5.11 kali dan masih tetap tertinggi. Sedangkan pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) nilai PBV pada tahun 2016 ke 2017 naik 1.19 kali tetapi sempat mengalami penurunan di tahun 2015 0.41 kali. Padahal dari tahun 2015 sampai 2017 penjualan PT Sekar Laut Tbk naik secara bertahap dari 10 % di 2016 dan 9 % di 2017. Pada PT Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) di tahun terakhir 2017 Nilai PBV naik 1.86 kali padahal penjualannya dari 2016 sampai 2017 mengalami penurunan. Lain halnya dengan PT Delta Jakarta Tbk (DLTA) penjualannya terus meningkat dari 2015 ke 2017 tetapi nilai PBV cenderung menurun.

Terdapat fenomena nilai perusahaan terhadap perusahaan makanan dan minuman tersebut. Nilai PBV yang naik tetapi penjualan perusahaannya mengalami penurunan padahal semua perusahaan sejenis penjualannya naik secara signifikan dari tahun 2016 ke 2017. Sedangkan ada penjualannya naik tetapi nilai PBV cenderung menurun dari 2015 ke 2017.

Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk mencari tahu faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat di kendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Dan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal (Ninik, 2018)[2]. Faktor internal dapat dinilai melalui laporan keuangan sebagai objek penelitian ini. Peneliti melihat ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan yang sebagian besar perusahaan mengalami kenaikan nilai perusahaannya. Selain itu ukuran perusahaan disetiap perusahaan makanan dan minuman berbeda-beda dilihat dari Total Aset yang dimiliki serta Kebijakan Dividen pada setiap perusahaan juga berbeda-beda.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan setiap perusahaan. Suatu perusahaan apabila mempunyai pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan selisih total penjualan tahun berjalan dengan total penjualan tahun sebelumnya kemudian dibagikan dengan total penjualan tahun sebelumnya. Para investor melihat pertumbuhan penjualan merupakan suatu tanda bahwa perusahaan memiliki peningkatan keuntungan, hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dan meningkatkan nilai perusahaan. Berikut

ini terdapat grafik pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017.



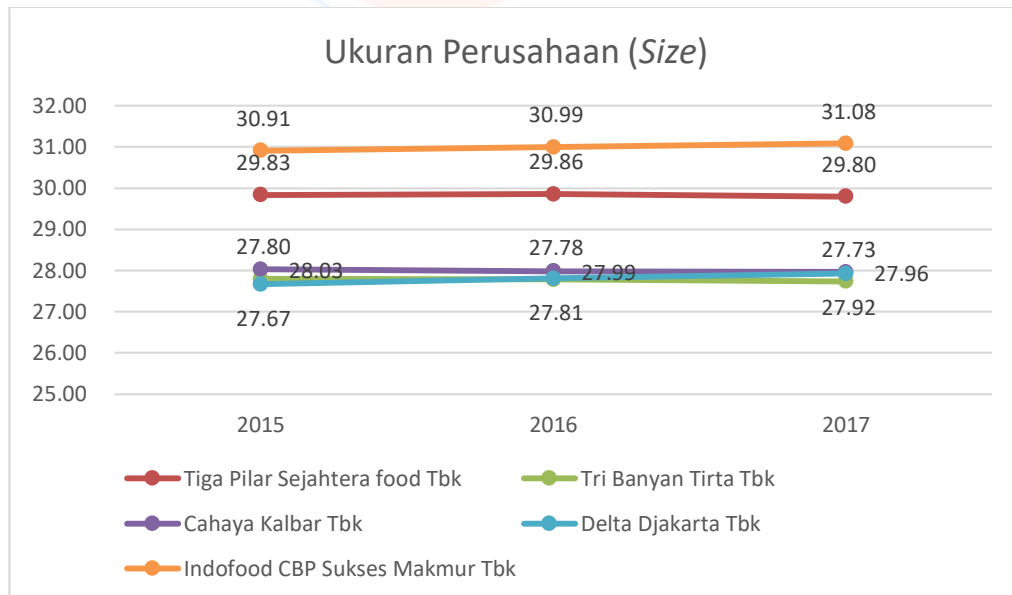
Sumber : Data yang diolah

Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2017.

Berdasarkan grafik tersebut, pertumbuhan penjualan PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,08 dan tahun 2017 terus menurun hingga pada posisi terbawah -0,25. Pertumbuhan penjualan yang menurun juga terjadi di PT. Cahaya Kalbar, Tbk, PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk, PT. Tri Banyan Tirta, Tbk dan PT. Delta Djakarta, Tbk pada tahun 2017 sebesar 0,15, 0,07, 0,10 dan 0,11. Berdasarkan penelitian Sulyanti (2018), menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Riska (2016), pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Selain pertumbuhan penjualan faktor lain seperti ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan serta merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Sedangkan perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Terdapat

berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar (Insani, 2017)[3]. Berikut ini terdapat grafik ukuran perusahaan yang diukur dengan *Size* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017.



Sumber : Data yang diolah

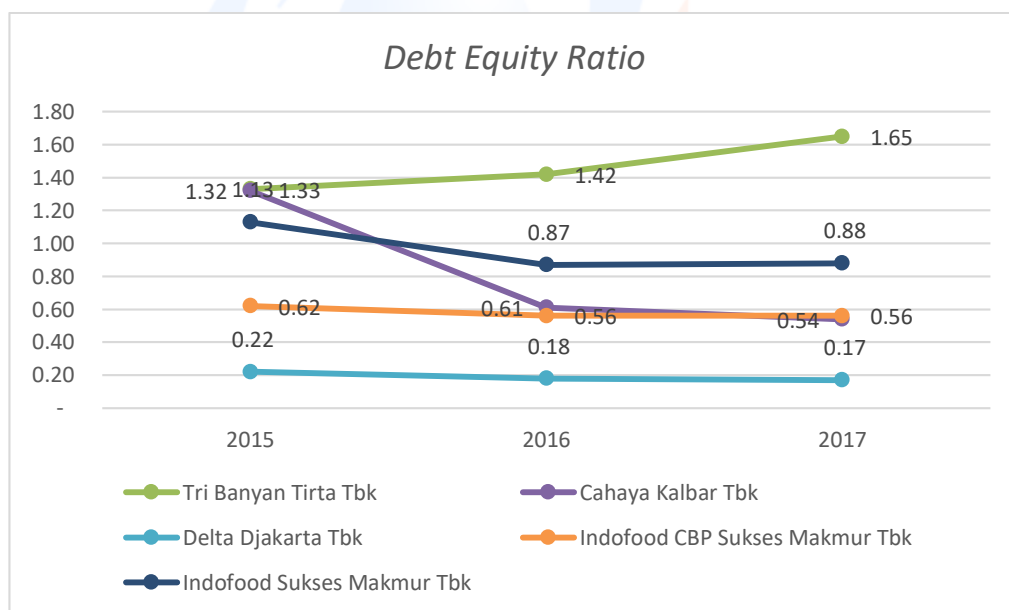
Gambar 1.3 Ukuran Perusahaan Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2017.

Bedasarkan data grafik diatas total aktiva yang dimiliki perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) berdasarkan nilai *size* adalah 30,91 pada tahun 2015 sampai 2017 terus meningkat sampai 31,08 dan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) bergerak fluktuatif sampai di tahun 2017 menurun 0,06. Sedangkan untuk PT Cahaya Kalbar Tbk (CEKA) dan PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) kedua perusahaan tersebut mengalami penurunan dari tahun 2015 sampai 2017. Semua perusahaan tersebut memiliki asset rata-rata diatas 100 miliar rupiah, tetapi ada yang dari tahun ke tahun meningkat dan ada yang menurun serta ada juga yang bergerak fluktuatif. Artinya apabila total assetnya terus meningkat maka semakin besar modal yang diberikan dan semakin banyak perputaran uang dalam perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Menurut Indah (2017), ukuran perusahaan secara parsial memberikan pengaruh artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Ninik (2018) Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ke tiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, kebijakan pendanaan (*financial policy*) perusahaan dalam menentukan struktur

modal bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). Struktur modal yang optimal suatu perusahaan adalah kombinasi dari utang dan ekuitas (sumber eksternal) yang memaksimalkan harga saham perusahaan. Pada saat tertentu, manajemen perusahaan menetapkan struktur modal menjadi target yang merupakan struktur optimal, meskipun target tersebut dapat berubah dari waktu ke waktu. Sejalan dengan ukuran perusahaan, struktur modal pada perusahaan yang lebih besar umumnya lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Struktur modal dapat diukur dari proporsi pendanaan dengan hutang (*debt financing*) perusahaan, yaitu rasio leverage perusahaan. Hutang merupakan struktur modal perusahaan sebagai kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan. Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan (Hamidy, 2015)[04]. Berikut ini terdapat grafik struktur modal yang diukur dengan *Debt Equity Ratio* (DER) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017.



Sumber : Data yang diolah

Gambar 1.4 Struktur Modal dalam *Debt Equity Ratio* Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2017.

Grafik pada gambar 1.4 diatas menunjukkan struktur modal pada 5 perusahaan makanan dan minuman artinya bahwa jika nilai DER 0.54 maka perusahaan mempunyai modal yang dimiliki setengahnya merupakan dari hutang obligasi maupun hutang bank. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

(ICBP) konsisten dari tahun 2015 sampai 2017 modal yang dimiliki setengah dari hutangnya yaitu 0.62, 0.56 dan 0.56. Sedangkan proporsi utang terbesar dari modal pada PT Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) tahun 2015 sampai 2017 mencapai 1.65 kali tetapi nilai PBV terus meningkat hingga tahun 2017. Dapat disimpulkan bahwa semua perusahaan membutuhkan modal setiap tahun untuk investasi dari penambahan laba maupun utang jangka panjang ini terlihat dari DER. Menurut Rachmadhanti (2016) Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan pada penelitian Maytia (2018) Struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Alasan memilih industri makanan dan minuman sebagai sampel dalam penelitian ini dikarenakan pertumbuhan nilai pada sektor industri makanan dan minuman ini lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan dan tidak terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian misalnya inflasi. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancaran produksi industri makanan dan minuman masih terjamin karena dalam kondisi apapun konsumen tetap membutuhkan produk makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar. Terdapat fenomena yang terdapat mulai dari nilai PBV yang naik tetapi penjualan perusahaannya mengalami penurunan padahal semua perusahaan sejenis penjualannya naik secara signifikan dan ada penjualannya naik tetapi nilai PBV cenderung menurun. Struktur modal setiap perusahaan berbeda-beda di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman terdapat fenomena ketika total utang telah melebihi total ekuitas nilai PBV naik dan sebaliknya jika total hutangnya menurun tidak melebihi dari total ekuitas justru nilai PBV cenderung menurun. Mulai dari fenomena tersebut penelitian termotivasi untuk mengambil industri subsektor makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian diatas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di Indonesia. Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti mengambil judul: **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013- 2018”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Masih terdapat beberapa perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang memiliki nilai perusahaan cenderung menurun.
2. Masih terdapat perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang penjualannya cenderung menurun.

3. Banyak perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tidak mengalami pertumbuhan ukuran perusahaan.
4. Tidak semua perusahaan makanan dan minuman tingkat proporsi hutang terhadap modal yang tinggi akan menyebabkan para pemegang saham dan calon investor mengurungkan niat untuk menanam kembali saham pada perusahaan tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Berikut adalah pembatasan masalah yang ada didalam penelitian ini :

1. Dalam penelitian ini menggunakan indikator variabel *Price to Book Value* (PBV) pada variabel nilai perusahaan.
2. Dalam penelitian ini menggunakan indikator variabel *Sales Growth* pada variabel pertumbuhan penjualan.
3. Dalam penelitian ini menggunakan indikator variabel Total Aset pada variabel ukuran perusahaan.
4. Dalam penelitian ini menggunakan indikator variabel *Debt Equity Ratio* (DER) pada variabel struktur modal.
5. Dalam penelitian ini menggunakan data laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
6. Dalam penelitian ini hanya menguji data laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah terurai sebelumnya, maka berikut adalah rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan struktur modal mempengaruhi nilai perusahaan terhadap perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara simultan?
2. Apakah pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan terhadap perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial?
3. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan terhadap perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial?
4. Apakah struktur modal mempengaruhi nilai perusahaan terhadap perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah terurai sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara simultan
2. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial
3. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial
4. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018 secara parsial

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi untuk kemajuan dan keberlangsungan bagi perusahaan sehubungan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman.

2. Bagi Investor

Memberi tambahan bahan pertimbangan bagi investor dalam membuat keputusan investasi. Sebab, tingkat pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi karena keduanya mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan pada perusahaan tersebut

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bahan referensi bagi peneliti selanjutnya pada umumnya yang dapat digunakan sebagai sumber informasi maupun untuk melanjutkan penelitian ini.