

PENDAHULUAN

BAB I

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan menurut undang-undang RI nomor 13 tahun 2003 pasal 1 ayat 6 adalah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain. Usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Menurut Rokhmawati (2016:4)[1], tujuan utama perusahaan memaksimalkan kemakmuran (kekayaan) pemilik perusahaan atau nilai perusahaan, yang dicerminkan oleh:

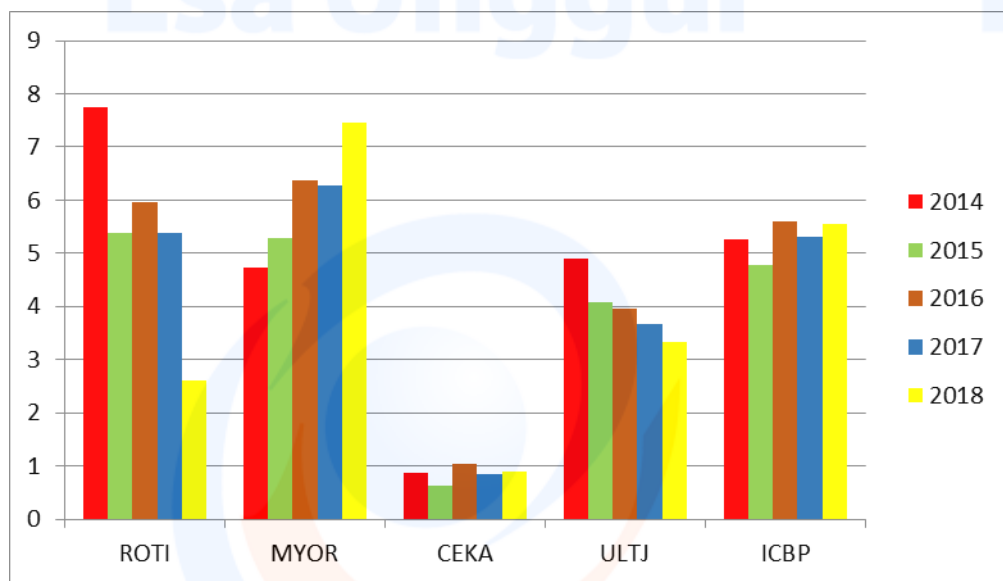
1. Bila perusahaan telah *go public*, maka kemakmuran atau nilai perusahaan dicerminkan oleh tingginya harga saham, dengan kata lain tujuan perusahaan adalah ingin memaksimalkan harga saham.
2. Bila perusahaan belum *go public*, maka kemakmuran atau nilai perusahaan dicerminkan oleh tingginya nilai/harga perusahaan apabila perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor dan kreditor, demikian juga sebaliknya yaitu nilai perusahaan yang menurun menunjukkan kinerja perusahaan yang kurang baik (Husnan, 2015)[2]. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut (Sudana, 2015:23)[3], nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *price earning ratio* (PER), *price to book value* (PBV), dan Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan *price to book value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham untuk mengukur nilai perusahaan. Dengan menggunakan PBV maka calon investor bisa mengetahui perusahaan yang nilai sahamnya *undervalued* atau *overvalued*. Menurut Nugraha (2016)[4], nilai saham

dikatakan *undervalued* ketika nilai PBV kurang dari 1 atau harga saham murah yang artinya bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya dan *overvalued* ketika nilai PBV lebih dari 1 yang artinya bahwa harga saham mahal yang artinya saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di BEI, terdapat fenomena pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki *Price to Book Value* (PBV) yang besar maupun kecil. Berikut adalah data yang diperoleh dari BEI periode 2014-2018 :



Sumber : Data yang diolah dari <https://www.idx.co.id/>

Grafik 1.1 Fenomena *Price to Book Value* (PBV) pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2014-2018

Grafik diatas, menggambarkan pergerakan PBV yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan. PT Nippon Indosari Corpindo TBK (ROTI) yang mengalami penurunan tahun 2014 dan tahun 2015 dari 7,76 menjadi 5,39, lalu tahun 2016 sempat mengalami kenaikan yaitu 5,97 tetapi pada tahun 2017 dan tahun 2018 mengalami penurunan dari 0,85 menjadi 2,60. Selanjutnya pada PT Mayora Indah TBK (MYOR) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 4,74 menjadi 5,29, tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan dari 6,38 menjadi 6,28, dan kembali mengalami kenaikan pada 2018 yaitu 7,45. Berbeda dengan PT Wilmar Cahaya TBK (CEKA) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015 dari 0,87 menjadi 0,63, lalu pada tahun 2016 mengalami kenaikan yaitu 1,04, tetapi pada tahun 2017 dan 2018 mengalami kenaikan dari 0,85 menjadi 0,89. Lalu pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company TBK (ULTJ) yang mengalami kenaikan

pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 4,91 menjadi 4,07, lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 dan tahun 2017 dari 3,95 menjadi 3,66, dan pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan yaitu 3,32. Selanjutnya pada PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 5,26 menjadi 4,79, lalu pada tahun 2016 mengalami kenaikan yaitu 5,61, dan tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 5,31, tetapi pada tahun 2018 kembali mengalami kenaikan menjadi 5,56.

Jadi, dari fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan bergerak fluktuasi sehingga tidak selalu *overvalued* tapi juga kadang *undervalued* yang menyebabkan investor menjadi ragu dalam membeli saham perusahaan tersebut. Analisis nilai perusahaan penting bagi investor dan kreditor karena jika nilai perusahaan diatas 1 atau *overvalued* maka kinerja perusahaan dianggap baik sehingga mempengaruhi persepsi investor dan kreditor dan sebaliknya jika nilai perusahaan kurang dari 1 atau *undervalued* maka kinerja perusahaan dianggap kurang baik sehingga mempengaruhi persepsi investor dan kreditor. Bagi investor semakin tinggi nilai perusahaan berarti akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan (investor). Bagi kreditor nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan tersebut untuk memenuhi kewajibannya.

Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat terkendali yang artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Dan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valuta asing, dan keadaan pasar modal. Secara umum peningkatan nilai perusahaan yang tinggi juga merupakan tujuan jangka panjang yang dicapai perusahaan dan untuk perusahaan yang sudah *go public* akan terlihat dari harga pasar sahamnya. Karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang terlihat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan perusahaan yang belum *go public* akan terlihat dari nilai perusahaannya ketika perusahaan dijual. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, struktur modal dan pertumbuhan penjualan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain-lain (Harahap, 2018:204)[5]. Menurut Fahmi (2014:59)[6], Rasio profitabilitas yaitu untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan

kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut Perwira dan Wiksuana (2018)[7] adanya pertumbuhan profitabilitas menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering dipakai untuk meninjau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dipakai yaitu *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *earning power ratio*, *net earning power (rate of return on investment)*, *rate of return on equity* (Suhardi, 2018:247)[8].

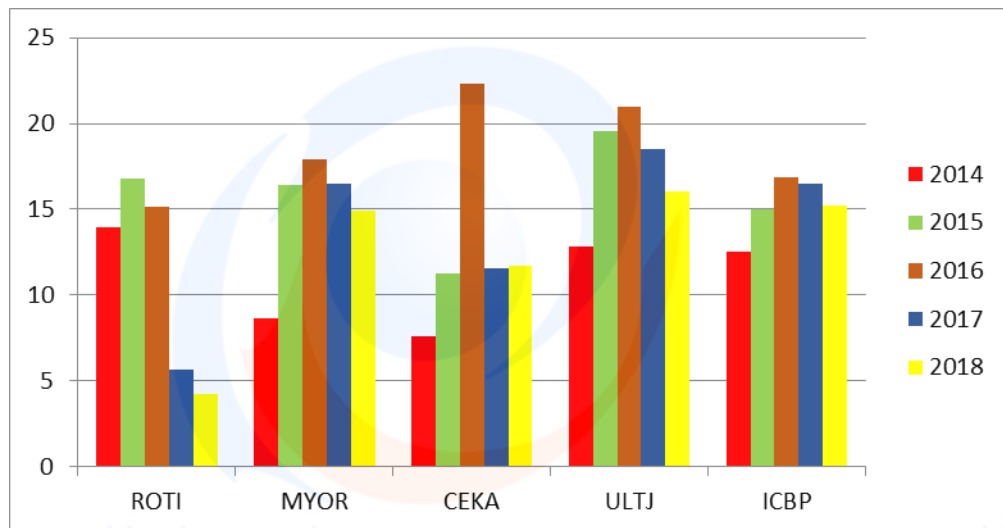
Rasio protabilitas merupakan suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi berarti (Samryn, 2015:372)[9]. Menurut Fahmi (2014:81)[6] rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2017)[10], Nopiyanti dan Darmayanti (2016)[11], serta Susanto (2017)[12] profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh dan Priyadi (2014)[13], serta Gusti dan Merta (2016)[14] menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Salempang (2016)[15] profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas yang diprosikan dalam penelitian ini adalah *Return On Assets* (ROA) melalui perbandingan antara *Earning Before Interest and Tax* (EBIT) dengan total aset karena ROA dapat mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menjadi indikator keberhasilan perusahaan dipandangan investor. Menurut Kasmir (2016:201)[16] yaitu ROA digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. ROA merupakan rasio yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode akuntansi sehingga efisiensi perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini. Semakin tinggi ROA maka kemampuan perusahaan

dalam menghasilkan laba juga tinggi dan semakin rendah ROA maka kemampuan perusahaan laba juga tinggi dan semakin rendah ROA maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga rendah. Jadi semakin tinggi profit perusahaan maka niat para investor untuk membeli sahamnya cenderung banyak sehingga nilai perusahaan juga baik. Dan sebaliknya semakin rendah profit maka niat para investor untuk membeli sahamnya cenderung kurang atau sedikit sehingga nilai perusahaan juga menurun atau kurang baik.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di BEI, terdapat fenomena pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki *Return On Asset* (ROA) yang besar maupun kecil. Berikut adalah data yang diperoleh dari BEI periode 2014-2018 :



Sumber : Data yang diolah dari <https://www.idx.co.id/>

Grafik 1.2 Fenomena *Return On Asset* (ROA) pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2014-2018

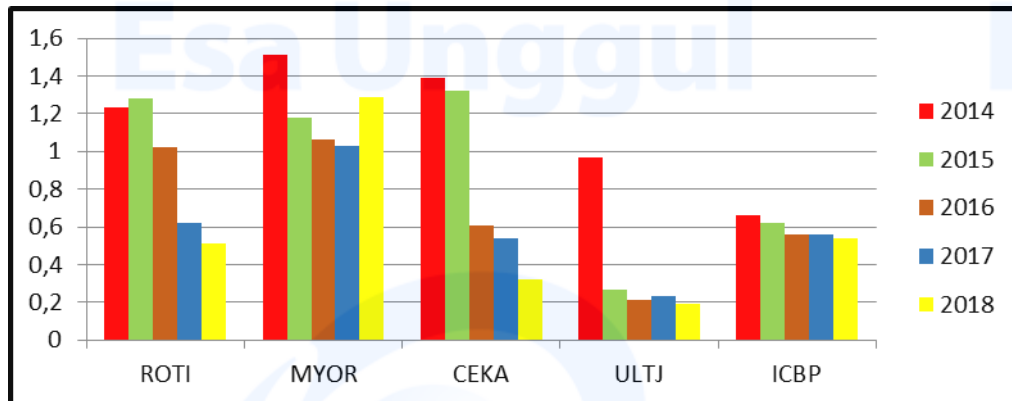
Grafik diatas, menggambarkan pergerakan profitabilitas yang diukur dengan ROA yang dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan pada PT Nippon Indosari Corpindo TBK (ROTI) yang mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 13,94 menjadi 16,76, lalu pada tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami penurunan dari 15,17 menjadi 5,64, dan tahun 2018 kembali mengalami penurunan menjadi 4,26. Berbeda dengan PT Mayora Indah TBK (MYOR) yang mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 8,66 menjadi 16,42, lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 dan tahun 2017 dari 17,92 menjadi 16,50, dan tahun 2018 kembali mengalami penurunan menjadi 14,94. Selanjutnya pada PT Wilmar Cahaya TBK (CEKA) yang mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 7,58 menjadi 11,28, lalu kembali mengalami kenaikan pada tahun 2016 yaitu 22,34, tetapi

pada tahun 2017 dan tahun 2018 mengalami kenaikan dari 11,56 menjadi 11,70. Pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company TBK (ULTJ) mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 12,58 menjadi 19,57, lalu pada tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami penurunan dari 20,97 menjadi 18,50, dan tahun 2018 mengalami penurunan yaitu 16,07. Selanjutnya pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK (ICBP) yang mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 12,56 menjadi 15,03, lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 dan tahun 2017 dari 16,83 menjadi 16,51, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu 15,19. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan tersebut yang diprosikan dengan ROA bergerak fluktuasi karena jika profitabilitas perusahaan rendah maka hanya sedikit investor yang membeli saham perusahaan sehingga nilai perusahaan juga menurun. Perusahaan yang memiliki nilai ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mengalami keuntungan yang meningkat dari hasil operasi perusahaan sedangkan perusahaan yang memiliki nilai ROA yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan sedang mengalami kerugian. Semakin besar ROA maka menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba sehingga besar peluang manager dalam memperoleh laba dan nilai perusahaan akan meningkat. Jika tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan tinggi maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan *return* juga tinggi sehingga mempengaruhi pandangan investor dan investor akan tertarik dengan nilai saham perusahaan yang juga akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka niat para investor untuk membeli nsahamnya cenderung banyak sehingga nilai perusahaan naik.

Selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal, struktur modal menurut Fahmi (2014:175)[6], merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari hutang jangka panjang dan modal sendiri yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Menurut Abdul (2015:81)[17] struktur modal adalah perbandingan antara total hutang (modal asing) dengan total modal sendiri/ekuitas). Adapun rasio yang dipergunakan dalam struktur modal yaitu terdiri dari *debt to equity ratio*, *number of times interest is earned*, dan *book value pershare* (Fahmi, 2014:178)[6]. Rasio yang digunakan dalam mencari struktur modal dalam penelitian ini yaitu *debt to equity ratio* (DER). Penelitian ini dilakukan karena hasil penelitian terdahulu tentang nilai perusahaan masih menunjukkan terdapat perbedaan hasil penelitian antara penelitian satu dengan yang lainnya. Penelitian Hamidy dkk (2015)[18], menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Permatasari dan Azizah (2018)[19] menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan

menunjukkan bahwa, struktur modal dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan variabel *Price to Book Value*.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di BEI, terdapat fenomena pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki *Debt to Equity Ratio* (DER) yang besar maupun kecil. Berikut adalah data yang diperoleh dari BEI periode 2014-2018 :



Sumber : data yang diolah dari <https://www.idx.co.id/>

Grafik 1.3 Fenomena *Debt to Equity Ratio* (DER) pada beberapa perusahaan Sub Sektor makanan dan minuman tahun 2014-2018

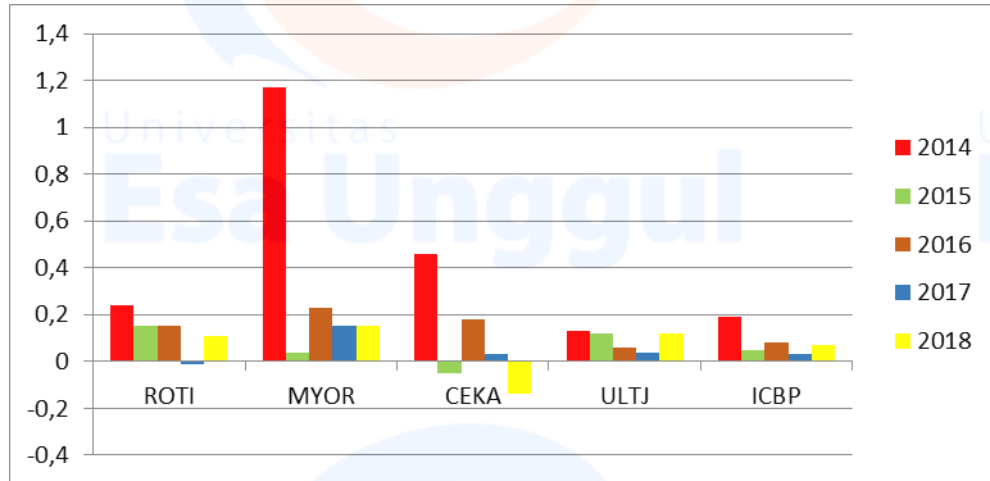
Dari grafik diatas, menggambarkan struktur modal yang diukur dengan DER yang dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan pada PT Nippon Indosari Corpindo TBK (ROTI) yang mengalami kenaikan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 1,23 menjadi 1,28, lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 dan 2017 dari 1,02 menjadi 0,62, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu 0,51. Pada PT Mayora Indah TBK (MYOR) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 1,51 menjadi 1,18, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2016 dan tahun 2017 dari 0,61 menjadi 1,03, tetapi pada tahun 2018 mengalami kenaikan yaitu 1,29. Selanjutnya pada PT Wilmar Cahaya TBK (CEKA) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 1,39 menjadi 1,32, lalu kembali mengalami penurunan pada tahun 2016 dan tahun 2017 dari 0,61 menjadi 0,54, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu 0,32. Hal serupa juga terjadi pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company TBK (ULTJ) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 0,97 menjadi 0,27, lalu pada tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami kenaikan dari 0,21 menjadi 0,23, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu 0,19. Selanjutnya pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK (ICBP) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari

0,66 menjadi 0,62, lalu adanya keseimbangan di tahun 2016 dan tahun 2017 yaitu 0,56, tetapi mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu 0,54.

Terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan, merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Menurut Maryanti (2016)[20], pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan labarugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi maka mencerminkan pendapatan meningkat sehingga beban pajak meningkat. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Perhitungan tingkat penjualan perusahaan dibandingkan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pantow dkk (2015)[21] pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mandalika (2016)[22] menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di BEI, terdapat fenomena pada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki pertumbuhan perusahaan yang besar maupun kecil. Berikut adalah data yang diperoleh dari BEI periode 2014-2018 :



Sumber : data yang diolah dari <https://www.idx.co.id/>

Grafik 1.4 Fenomena Sales Growth pada beberapa perusahaan Sub Sektor makanan dan minuman tahun 2014-2018

Dari grafik diatas, menggambarkan pertumbuhan penjualan yang dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan pada PT Nippon Indosari Corpindo TBK (ROTI) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 0,24 menjadi 0,15, lalu pada tahun 2016 stabil yaitu 0,15 dan tahun 2017 mengalami penurunan menjadi -0,01 dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2018 yaitu 0,11. Pada PT Mayora Indah TBK (MYOR) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 yaitu 0,17, tahun 2015 menjadi 0,04, dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2016 menjadi 0,23 dan pada tahun 2017 dan 2018 stabil menjadi 0,15. Selanjutnya pada PT Wilmar Cahaya TBK (CEKA) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 0,46 menjadi -0,05, lalu pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 0,18. Pada tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan kembali dari 0,03 menjadi -0,14. Hal serupa juga terjadi pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company TBK (ULTJ) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 0,13 menjadi 0,12, lalu pada tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami penurunan kembali dari 0,06 menjadi 0,04, akan tetapi pada tahun 2018 mengalami kenaikan kembali menjadi 0,12. Selanjutnya pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK (ICBP) yang mengalami penurunan pada tahun 2014 dan tahun 2015 dari 0,19 menjadi 0,05, lalu mengalami penurunan kembali pada tahun 2016 dan 2017 dari 0,08 menjadi 0,03, tetapi pada tahun 2018 mengalami kenaikan kembali menjadi 0,07.

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018, dengan pertimbangan bahwa periode tersebut akan di peroleh data yang lebih baru. Alasan memilih perusahaan sub sektor makanan dan minuman karena perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan kebutuhan pokok utama bagi masyarakat, maka yang dibutuhkan akan bisa menghasilkan laba bagi perusahaan. Sudut siklus perusahaannya yang relative musiman yang bisa memberikan pendapatan dari produk tersebut seperti faktor hari raya penjualan menjadi meningkat sedangkan hari biasa hanya standar dan perusahaan makanan dan minuman bisa berpengaruh dalam penjualan menjadi meningkat karena untuk hari raya makanan dan minuman akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Perusahaan makanan dan minuman dikenal tahan terhadap krisis yang sempat terjadi. Pada saat krisis, kinerja dan pergerakan sahamnya memang ikut menurun, tetapi tidak terlalu berpengaruh. Terjadi krisis karena permintaan ekspor industry makanan dan minuman tidak terlalu besar dan kebutuhan impornya juga terbilang kecil.

Motivasi dalam penelitian yaitu di Indonesia tentulah sangatlah banyak perusahaan yang didirikan. Banyaknya perusahaan tersebut mengakibatkan persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya, perusahaan sub sektor makanan dan minuman semakin lama semakin meningkat jumlahnya karena barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan primer manusia selain pakaian dan tempat tinggal, maka dari itu perusahaan industri barang konsumsi makanan dan minuman merupakan peluang usaha yang mempunyai prospek yang baik. Akibat adanya persaingan tersebut maka membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerja-kinerja perusahaan, untuk menjadi suatu perusahaan yang mempunyai nilai yang tinggi di mata para investor dalam pasar modal.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan dengan variabel independen yaitu profitabilitas, struktur modal dan pertumbuhan perusahaan dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependennya. Pada penelitian ini menggunakan periode 2014-2018 karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat dilakukannya penelitian. Sehubungan dengan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Masih terdapat perusahaan yang memiliki *overvalued* yang berdampak pada keraguan pada investor.
2. Banyaknya perusahaan yang menghasilkan profit yang rendah yang berakibat rendahnya nilai perusahaan.
3. Tingginya *debt* (hutang) pada struktur modal yang menunjukkan resiko, dan membuat ragu investor untuk berinvestasi.
4. Fluktuasi pada penjualan yang berdampak kepada profit secara langsung dan nilai perusahaan secara tidak langsung.

1.3 Pembatasan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas terdapat beberapa masalah yang terjadi maka penulis membatasi ruang lingkup penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Peneliti hanya memfokuskan objek penelitian ini pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.
2. Periode tahun penelitian pada industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah 2014 – 2018.
3. Penelitian ini hanya membahas variabel profitabilitas, struktur modal dan pertumbuhan penjualan.

1.4 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, penulis mencoba meneliti dengan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan secara simultan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
3. Apakah terdapat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
4. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan secara simultan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
2. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
3. Untuk menganalisis apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
4. Untuk menganalisis apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?

1.6 Manfaat Penelitian

Pembahasan pada penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak diantaranya adalah :

1. Bagi Perusahaan
Pembahasan pada penelitian ini dapat memberikan masukan atau saran bagi perusahaan dalam melakukan profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan. Selain itu juga dapat digunakan untuk mengevaluasi nilai perusahaan agar sesuai dengan keinginan perusahaan.
2. Bagi Investor
Pembahasan pada penelitian ini dapat memberikan pertimbangan bagi investor terkait nilai perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini juga dapat dijadikan bahan evaluasi investor terkait profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga keputusan untuk berinvestasi bukan hanya berfokus pada nilai perusahaan tetapi juga memperhatikan keberlanjutan perusahaan itu sendiri yang dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Bagi Peneliti dan Akademisi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Untuk keperluan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai peran perusahaan dalam menggunakan nilai perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan.