

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi nasional, yang menunjukkan bahwa industri manufaktur menjadi *leading sector* yang memberikan sumbangan terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dibandingkan sektor lainnya[1]. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional[2]. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi champion, karena banyaknya *supply* dan *user*[3].

Kementerian Perindustrian mencatat, sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen (y-on-y) terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Selanjutnya, industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi di sektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu mencapai Rp222,3 triliun[4].

Namun semenjak kementerian perindustrian Indonesia meluncurkan program *Making Indonesia 4.0* yang merupakan peta jalan (*roadmap*) terintegrasi dan kampanye untuk mengimplementasikan strategi menghadapi era revolusi industri ke-4 (*Industry 4.0*) pada industri makanan dan minuman yang diterapkan pada tanggal 4 April 2018. Dengan adanya penerapan industri 4.0[5] pada industri makanan dan minuman sehingga mendapatkan kendala baru lagi untuk mengembangkan perusahaan makanan dan minuman yaitu, jumlah penyedia teknologi masih terbatas. Kedua, tingkat kompetensi tenaga kerja yang rendah. Ketiga, produktivitas tenaga kerja yang rendah. Keempat, lambatnya jalur distribusi dan tingginya biaya logistik. Kelima, fasilitas penyimpanan yang tersedia belum memadai, seperti kawasan khusus penyimpanan bahan baku impor. Keenam, ketergantungan yang tinggi terhadap impor bahan baku dan penolong. Ketujuh, biaya energi yang tinggi[6].

Meskipun permasalahan pada industri makanan dan minuman terus terjadi, tetapi persaingan antar perusahaan dalam industri di Indonesia terus berputar. Dalam perusahaan makanan dan minuman, persaingan yang terjadi membuat setiap perusahaan untuk melakukan inovasi, seperti inovasi pada produk yang dihasilkan, meningkatkan kualitas SDM, dan menentukan strategi perusahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan[7].

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor pada perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut[8].

Nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut[8].

Seorang pemilik perusahaan biasanya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi karena nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen *asset*. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Sehingga dalam hal ini ukuran keberhasilan

manajemen perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan menyejahterakan para pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang[9]. Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling menarik minat investor karena dapat memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Harga saham adalah salah satu hal yang dijadikan indikator pengelolaan perusahaan yang menunjukkan nilai dari suatu prestasi perusahaan. Keberhasilan dalam menghasilkan keuntungan akan memberikan kepuasan bagi para investor. Semakin naik nilai harga saham, maka semakin banyak pula saham perusahaan yang diminati oleh investor, dan dengan demikian perusahaan akan memperoleh capital gain dan citra yang lebih baik sehingga memudahkan bagi pihak manajemen untuk memperoleh dana[10].

*Price to book value* (PBV) merupakan rasio untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai perusahaan yang terus tumbuh. *Price to book value* (PBV) juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio *Price to book value* (PBV) dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Pengembangan *Price to book value* (PBV) membuat investor percaya akan prospek masa depan perusahaan. *Price to book value* (PBV) dapat digunakan dalam membandingkan saham perusahaan dengan saham lainnya. *Price to book value* (PBV) memiliki peran penting sebagai suatu pertimbangan bagi investor untuk memilih saham yang akan dibeli dan *Price to book value* (PBV) juga dapat dijadikan indikator harga atau nilai saham.

Tabel 1. 1 Data PBV Perusahaan Manufaktur

Tahun	PT. NIPPON INDOSARI CORPIRINDO Tbk	PT. SEKAR BUMI Tbk	PT. SEKAR LAUT Tbk	PT. SIANTAR TOP Tbk	PT. TRI BANYAN TIRTA Tbk
2014	7,24	2,85	1,35	4,61	1,44
2015	5,38	2,57	1,68	3,91	1,4
2016	5,61	1,62	0,71	3,57	1,5
2017	2,79	1,2	2,47	4,12	2,02
2018	2,6	0,99	3,05	2,98	2,26
2019	2,6	0,68	2,92	2,74	2,29

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, *Price to book value* (PBV) pada beberapa perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan setiap tahunnya, ada pula yang berfluktuasi dan ada juga yang nilai *Price to book value* (PBV) naik setiap tahunnya. Seharusnya Nilai *Price to book value* (PBV) pada industri makanan dan minuman naik setiap tahunnya, karena industri makanan dan minuman memiliki prospek yang cukup bagus dan cenderung diminati oleh investor sebagai salah satu target investasinya. Penyebabnya adalah hasil industri ini cenderung digemari oleh masyarakat seperti makanan ringan, minuman berenergi, hingga minuman kemasan yang mudah untuk dibawa-bawa. Perusahaan makanan dan minuman merupakan kategori barang konsumsi perusahaan industri manufaktur, dimana produknya sangat dibutuhkan masyarakat, sehingga prospeknya menguntungkan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Fluktuasi *Price to book value* (PBV) perusahaan manufaktur dari tahun ke tahun terjadi karena ada faktor-faktor yang mempengaruhi *Price to book value* (PBV). Salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal. Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Penentuan target struktur modal optimal adalah salah satu dari tugas utama manajemen perusahaan. Teori struktur modal menjelaskan bahwa kebijakan pendanaan (*financial policy*) perusahaan dalam menentukan struktur modal (bauran antara hutang dan ekuitas) bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian[8]. Dalam suatu perusahaan tentunya untuk membiayai seluruh aktivitas menjadi pertimbangan perusahaan karena dilihat dari sudut pandang ekonomi struktur modal sangat berpengaruh dalam pengalokasian dana baik jangka pendek maupun jangka panjang, tentunya perusahaan mempunyai sebuah rencana-rencana kedepannya, sehingga kesempatan dalam pengalokasian dana akan menjadi optimal. Keputusan struktur modal meliputi pemilihan sumber dana baik yang berasal dari modal sendiri maupun modal asing dalam bentuk utang, kedua dana ini merupakan dana eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain keuntungan, dampak negatif juga dapat ditimbulkan dari utang yang terlalu tinggi adalah risiko gagal bayar akibat dari biaya bunga dan pokok utang yang tinggi melampaui dari manfaat yang diberikan dari utang tersebut sehingga dapat menyebabkan nilai perusahaan menurun. Struktur modal diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena penetapan struktur modal dalam kebijakan pendanaan perusahaan menentukan profitabilitas dan posisi perusahaan[11].

Struktur modal adalah perbandingan nilai hutang dengan nilai modal sendiri yang tercermin pada laporan keuangan perusahaan akhir tahun. Struktur

modal diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang membandingkan jumlah Hutang terhadap ekuitas. Rasio ini sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. bagi kreditur analisis *Debt to Equity Ratio* (DER) menjadi bahan pertimbangan utama dalam memutuskan untuk menarik piutangnya, menambah piutang untuk mengatasi kesulitan tersebut, ataupun mengambil kebijakan lain sementara, dari sisi investor hasil analisis *Debt to Equity Ratio* (DER) akan digunakan untuk menentukan sikap terhadap sekuritas yang dimiliki pada perusahaan dimana ia berinvestasi *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh suatu perusahaan menggunakan hutang. Dalam hal peningkatan hutang akan memberikan pengaruh terhadap dividen yang akan diterima, karena hutang berpengaruh pada besar kecilnya laba bersih yang akan diterima hal tersebut dikarenakan laba yang dihasilkan akan di jadikan pelunasan akan hutang perusahaan[12]. Dengan demikian utang mampu mempengaruhi minat seorang investor, apabila suatu perusahaan menggunakan hutang yang lebih besar dibandingkan ekuitas akan menurunkan minat investor untuk mengiveskan dananya stigma ini akan menimbulkan harga saham menjadi rendah dimana apabila harga saham tinggi dinilai memiliki nilai perusahaan yang tinggi pula dan sebaliknya apabila harga saham rendah maka nilai perusahaan juga rendah. Penelitian yang dilakukan I Gusti Ayu Diah Novita Yanti (2019) menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan oleh struktur modal (DER) dan menunjukkan gerakan positif terhadap nilai perusahaan (PBV). Penelitian yang dilakukan oleh Isabella Permata Dhani (2019) Pengaruh Struktur Modal (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai struktur modal perusahaan tidak bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Semakin tinggi struktur modal tidak terlalu berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Atmojo dan Susilowati (2019) Pengaruh DER terhadap Nilai Perusahaan (PBV) mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Probabilitas sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi dan tingkat pengembalian ekuitas

pemilik. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan[8].

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

*Return on equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. *Return on equity* (ROE) merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dari ekuitas. Semakin besar hasil *Return on equity* (ROE) maka kinerja perusahaan semakin baik[8]. *Return on equity* (ROE) yang merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemilik perusahaan. Rasio ini mengukur pengembalian nilai buku kepada pemilik saham. Perhitungan *Return on equity* (ROE) didapat dengan membagi keuntungan bersih dengan nilai buku ekuitas.

Tabel 1. 2 Rata-Rata PBV dan ROE  
Perusahaan Manufaktur

Tahun	ROE	PBV
2014	24,15	5,38
2015	17,23	3,76
2016	21,15	5
2017	19,76	4,38
2018	16,23	4,92
2019	19	4,61

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa adanya fluktuasi dalam nilai rata-rata *Price to book value* (PBV), dan *Return on equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019. Pada tabel 1.2 dapat dilihat jika *Return on equity* (ROE) mampu mempengaruhi nilai PBV, pada tahun 2014 ROE sebesar 24,15 lalu *Price to book value* (PBV) sebesar 5,38 namun pada tahun 2015 terjadi penurunan signifikan pada *Return on equity* (ROE) hingga sebesar 17,23 kemudian diikuti dengan nilai *Price to book value* (PBV) yang ikut mengalami penurunan signifikan hingga sebesar 3,76. Tetapi pada tahun 2016 terjadi peningkatan signifikan pada *Return on equity* (ROE) hingga sebesar 21,15 kemudian diikuti dengan nilai *Price to book value* (PBV) yang ikut mengalami peningkatan signifikan hingga sebesar 5. *Return on equity* (ROE) yang tinggi akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham dan tingginya nilai perusahaan sehingga membuat perusahaan dengan mudah menarik dana baru, memungkinkan perusahaan untuk berkembang, menciptakan kondisi pasar yang sesuai, dan pada gilirannya akan memberikan laba yang lebih besar. Bagi perusahaan pada umumnya masalah rentabilitas adalah lebih penting daripada masalah laba, karena laba yang besar saja belumlah merupakan ukuran bahwa perusahaan itu telah bekerja dengan efisien. Semakin tinggi rasio *Return on equity* (ROE) menandakan kinerja perusahaan semakin baik atau efisien, nilai equity perusahaan akan meningkat dengan peningkatan rasio *Return on equity* (ROE) kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham dan diikuti naiknya nilai perusahaan[11]. Penelitian yang dilakukan oleh Fau (2015) menunjukkan adanya pengaruh *Return on equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV). Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Harahap(2019) ROE berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai perusahaan (PBV). Penelitian yang dilakukan oleh

Atmojo dan Susilowati(2019) Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan (PBV) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan *public* dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar pula akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, jadi perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih berani untuk mengeluarkan saham baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan ketimbang perusahaan kecil.

Semakin besar ukuran perusahaan, maka berdampak pada semakin banyaknya investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Apabila terjadi peningkatan kinerja suatu perusahaan maka mampu menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal yang berujung pada kenaikan nilai perusahaan[8]. Penelitian ini mem-*proxy*-kan ukuran perusahaan dengan cara *log natural* total penjualan. Total penjualan dijadikan indikator mengukur ukuran perusahaan. Hal tersebut karena kekayaan dan sumber daya perusahaan tercermin dari seberapa besar penjualannya. Semakin besar total penjualan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Ketika perusahaan memiliki total penjualan yang tinggi maka perusahaan dapat diartikan memiliki pangsa pasar yang cukup besar sehingga semakin besar pula perusahaan memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.

Sebuah perusahaan yang total penjualannya tinggi relatif stabil dan akan aman dalam mengambil lebih banyak hutang dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang total penjualannya rendah. Ini dikarenakan perusahaan yang total penjualannya tinggi memiliki pangsa pasar yang besar sehingga banyak masyarakat yang menggunakan hasil produksinya, sehingga ini dianggap sebagai tolak ukur sebuah ukuran perusahaan, apabila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Perusahaan yang stabil

cenderung tidak mengalami fluktuasi ekonomi, sehingga perusahaan yang besar akan lebih mampu mengendalikan dan memutar kembali pendanaannya. Dan semakin besar ukuran perusahaan semakin menarik minat investor sehingga banyaknya minat investor akan memicu naiknya harga saham dipasar modal dan diikuti semakin tingginya nilai perusahaan.

Penelitian ini mengambil Perusahaan yang terdaftar didalam industri makanan dan minuman melalui beberapa kriteria pemilihan yang ditentukan oleh Bursa Efek Indonesia. Kriteria pemilihan tersebut meliputi fundamental perusahaan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang terdaftar di dalam industri makanan dan minuman adalah perusahaan yang berperan dalam kemajuan perekonomian di Indonesia. Alasan penulis meneliti industri makanan dan minuman yaitu karena, perusahaan industri makanan dan minuman memiliki prospek yang cukup bagus penyebabnya adalah hasil industri ini cenderung digemari oleh masyarakat seperti makanan ringan, minuman berenergi, hingga minuman kemasan yang mudah untuk dibawa-bawa. Perusahaan makanan dan minuman merupakan kategori barang konsumsi perusahaan industri manufaktur, dimana produknya sangat dibutuhkan masyarakat, sehingga prospeknya menguntungkan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang, hal ini terbukti pada saat terjadinya krisis global, hanya perusahaan makanan dan minuman yang dapat bertahan dalam terjangan krisis global. Permintaan pada sektor tersebut tetap tinggi[13]. Pada Perusahaan makanan dan minuman nilai kapitalisasi pasar yang besar, serta mudah diperdagangkan karena banyak yang meminati saham tersebut. Dalam pasar modal perusahaan saling bersaing Persaingan tersebut membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tercapai. Persepsi investor sangatlah penting karena dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Fenomena yang terjadi pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih sangat bervariasi. Ketidak konsistenan hasil penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, pemilihan keempat variabel karena terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu atau biasa disebut dengan *research gap*. Maka dari itu, penulis tertarik meneliti kembali tentang pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dan dari fenomena yang diungkapkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang nilai perusahaan karena peneliti ingin memecahkan masalah ini dengan membuktikan seberapa besar kesenjangan (nilai pasar ekuitas dengan nilai buku ekuitas) terjadi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Semakin tinggi market value dibandingkan book value maka nilai perusahaan semakin tinggi. Perbedaan

yang signifikan antara *market value equities* dan *book value equities* menunjukkan bahwa informasi dari laporan keuangan saja tidak cukup digunakan oleh investor untuk menjelaskan nilai perusahaan. Selanjutnya untuk mengetahui apakah laporan keuangan masih relevan digunakan oleh investor untuk menilai perusahaan dan pengambilan keputusan, maka peneliti menguji pengaruh antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan Dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dalam Periode 2014-2019”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan?
- c. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
- d. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk Menganalisis pengaruh secara simultan Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
- b. Untuk Menganalisis pengaruh secara parsial Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan
- c. Untuk Menganalisis pengaruh secara parsial Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
- d. Untuk Menganalisis pengaruh secara parsial Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini :

- a. Bagi Investor maupun Calon Investor  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi investor maupun calon investor dalam menetapkan pilihan investasi yang tepat terkait dengan nilai perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan para investor maupun calon investor.
- b. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Bagi Akademisi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan
- d. Bagi Peneliti  
Meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam bidang akuntansi manajemen investasi dan portofolio yang sesuai dengan teori yang

diperoleh dalam perkuliahan dan mewujudkannya dalam bentuk skripsi.