

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sekitar 131 perusahaan dalam industri manufaktur tersebut dikelompokkan menjadi beberapa sub kategori industri. Diantaranya yaitu industri dasar & kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi. Banyaknya perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai.

Dalam penelitian ini memilih untuk meneliti perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. Di Indonesia perusahaan industri 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.

Hal ini diiringi pula dengan perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin membaik. Perusahaan makanan dan minuman pada umumnya melakukan *go public* untuk memperoleh modal tambahan

(Nadia, 2014). Hal tersebut terbukti saat krisis global yang terjadi pada pertengahan tahun 2008, hanya industri makanan dan minuman yang dapat tetap bertahan (Chatib dalam Kompas, 2009). Peluang untuk menanamkan investasi pada sektor makanan dan minuman ini sangat menjanjikan, karena pasar masih terbuka lebar dengan jumlah penduduk yang besar pula.

Dari sisi nilai investasi, sektor industri makanan menjadi sektor yang paling diminati oleh investor dalam negeri selama periode 2007-2011. Dalam pernyataan Aulya (2013) perkembangan bisnis makanan ini dimulai dari yang berskala kecil yaitu bisnis makanan dan minuman yang terdapat di tepi jalan, seperti warung-warung dan cafe tenda. Bisnis jasa makanan dan minuman berskala menengah seperti depot, rumah makan, dan cafe. Dan bisnis jasa makanan dan minuman yang berskala besar seperti restoran yang terdapat di hotel-hotel berbintang. Aulya (2013) juga menyatakan dengan adanya perubahan pola hidup manusia pada jaman ini, maka pelaku bisnis harus memikirkan strategi bagaimana menciptakan sebuah pengalaman berbelanja dalam bisnis makanan dan minuman menjadi terkesan. Tidak hanya menjual makanan dan minuman saja, namun pebisnis dalam bidang ini harus membuat suasana tempat makan yang nyaman dengan didukung desain yang menarik.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian juga sebaliknya (Sri Hermuningsih, 2012).

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, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal.

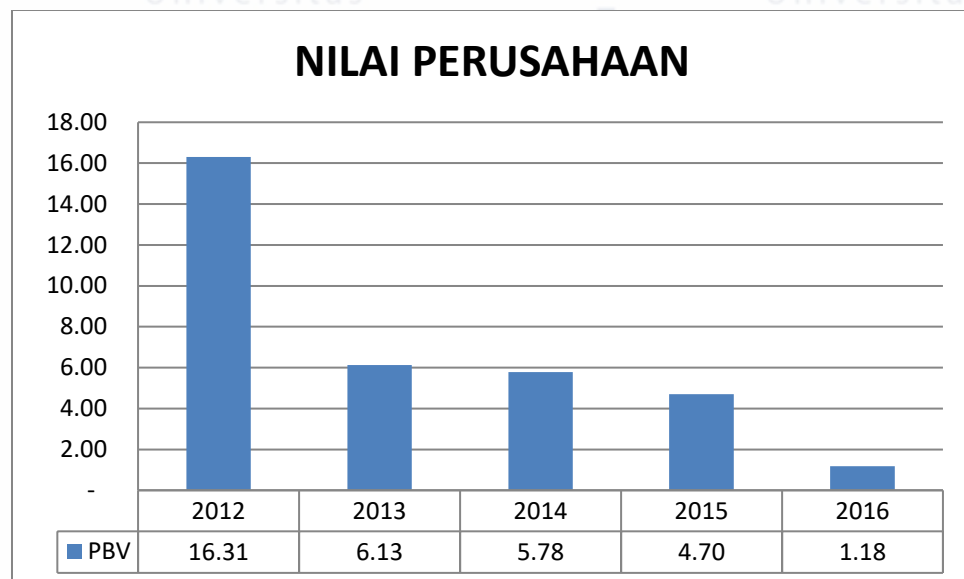
Perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006).

Salah satu cara mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* merupakan perbandingan yang di dapat antara harga saham dengan nilai buku dari saham perusahaan tersebut. Dengan menggunakan rasio *Price to Book Value*, calon investor bisa mengetahui perusahaan yang nilai sahamnya *undervalued* atau *overvalued*. Menurut Permata, dkk (2013), nilai saham dikatakan *undervalued* ketika nilai *Price to Book Value* berada dibawah 1 yang dapat diartinya bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya dan *overvalued* ketika nilai *Price to Book Value* berada diatas 1

yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya.

Secara umum, apabila sebagian besar harga saham-saham dengan kapitalisasi pasar yang besar mengalami *mispricing*, maka pasar modal di BEI dapat dikategorikan kurang efisien karena dianggap tidak dapat merefleksikan substansi informasi/*news* perekonomian dengan wajar. Hal ini terjadi karena para pelaku pasar terutama investor dan *traders*, sebagian melakukan transaksi saham secara tidak rasional bahkan cenderung emosional terhadap seluruh informasi yang masuk ke bursa. Saham-saham yang sebelumnya sangat diminati investor (*winner*), setelah kurun waktu tertentu menjadi kurang peminat dan mengalami koreksi harga melalui aksi jual berlebih (*oversold*) yang menyebabkan harganya terlalu turun terlalu dalam sehingga mengalami *undervalued*. Sebaliknya, saham-saham yang sebelumnya mengalami *undervalued* atau *losser* karena penilaian negatif berlebih berbalik menjadi incaran investor. Dengan demikian harganya mengalami peningkatan berlebih kembali (*overvalued*). Masalah *overreaction* di BEI tentu menimbulkan masalah bagi para investor selama ini karena mereka melakukan keputusan transaksi terhadap saham/aset tanpa mengetahui nilai wajar yang sebenarnya. Situasi ini juga mempengaruhi tingkat efisiensi BEI secara keseluruhan karena harga saham tidak sesuai dengan kandungan informasi yang masuk bursa, baik informasi historis, publik ataupun private.

Adapun fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 –2016 yang tertera pada grafik dibawah ini:



Sumber : <http://www.idx.co.id/> , Data yang diolah.

**Gambar 1.1 Price to Book Value (PBV) pada industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman 2012 – 2016.**

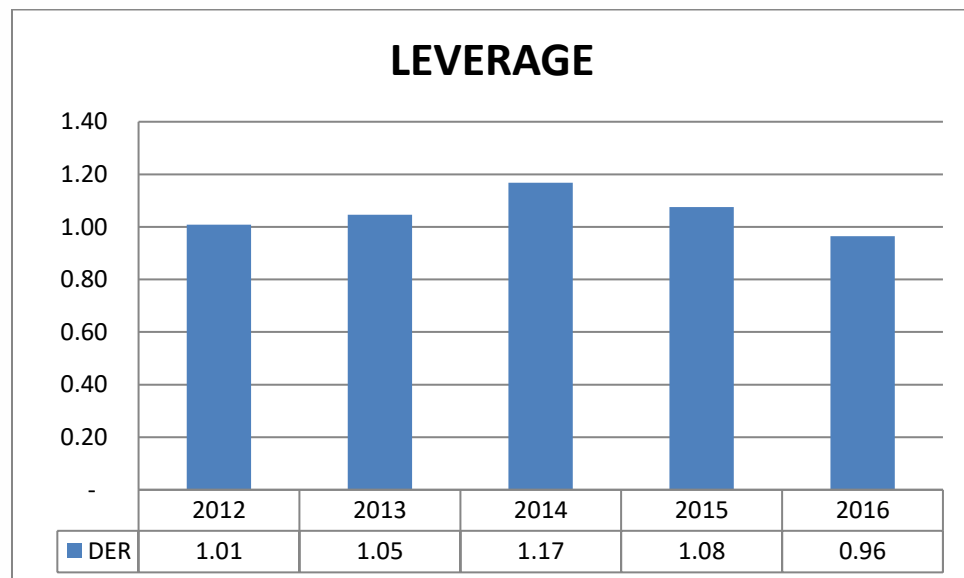
Dari gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa hasil rata-rata nilai perusahaan untuk tahun 2012 – 2016 mengalami penurunan dan mengalami *overvalued* karena rata-rata nilai PBV  $> 1$ . Hal ini dapat dilihat pada industri makanan dan minuman tahun 2012 – 2016 *Price to Book Value* mengalami penurunan. Artinya semakin tinggi *Price to Book Value* suatu perusahaan maka kinerja perusahaan semakin baik. Kinerja perusahaan yang semakin baik akan dijadikan pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya dan perusahaan tersebut dapat

meningkatkan harga sahamnya sehingga dapat meningkatkan *Price to Book Value* nya begitu juga sebaliknya.

*Leverage* merupakan pemakaian hutang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar (Nor, 2012). Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak negative pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013). *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:77).

Rasio hutang yang digunakan dalam penelitian ini diproksikan dengan DER (*Debt to Equity Rasio*), dimana DER merupakan perbandingan total hutang dan modal yang dimiliki oleh perusahaan, rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Semakin rendah tingkat DER maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan

dapat kepercayaan dari investor. Sumber dana perusahaan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sumber dana intern berasal dari laba ditahan, pemilik perusahaan yang tercermin pada lembar saham atau presentasi kepemilikan yang tertuang di dalam neraca dan sumber dana ekstern yang berasal dari luar perusahaan, seperti hutang. Jadi *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang (*financial leverage*) (Brigham et al, 2006).



Sumber :<http://www.idx.co.id/> , Data yang diolah.

**Gambar 1.2 Debt to Equity Ratio (DER) pada industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman 2012 – 2016.**

Dari gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa hasil rata-rata DER untuk tahun 2012 – 2016 bergerak fluktuatif. Hal ini dapat dilihat pada industri makanan dan minuman dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 mengalami peningkatan yaitu tahun 2012 sebesar 1.01, tahun 2013 sebesar

1.05, dan tahun 2014 sebesar 1.17, namun mengalami penurunan pada tahun 2015-2016 menjadi 1.08 dan 0.96. Semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Semakin rendah tingkat DER maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan dapat kepercayaan dari investor.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang dihasilkan dari penjualan, pendapatan investasi, aset dan modal saham tertentu. Wiagustini (2010:77) menyatakan bahwa, profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen. Profitabilitas dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh selama periode tertentu dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase (Sartono, 2010:122). Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi serta berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkinerja baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Sehingga dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar (Sudarma, 2004) dalam Lifessy, 2011). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek



perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor.

Rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Mamduh, 1996: 83). Jika kondisi perusahaan dikategorikan menjanjikan keuntungan di masa yang akan datang maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan, tentu saja mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi. Ketika harga saham semakin tinggi, maka *return* yang diterimanya juga akan semakin besar. Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM). NPM menunjukkan sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.



Sumber : <http://www.idx.co.id/> , Data yang diolah.

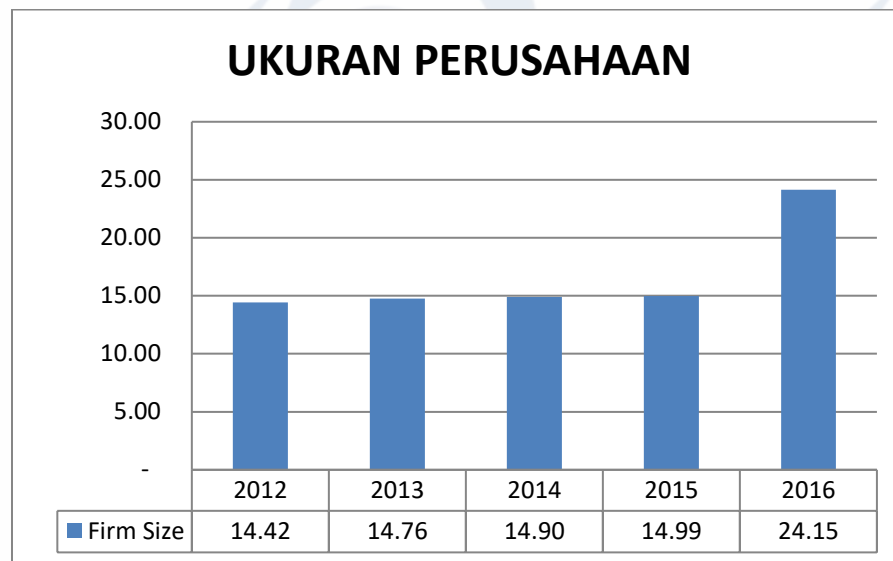
**Gambar 1.3** *Net Profit Margin* (NPM) pada industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman 2012 – 2016

Dari gambar 1.3 dapat disimpulkan bahwa NPM untuk tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 bergerak fluktuatif. Hal ini dapat dilihat pada industri makanan dan minuman tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 10.34, pada tahun 2014 sampai 2015 mengalami penurunan menjadi 8.89 dan 8.2, mengalami peningkatan kembali pada tahun 2016 menjadi 11.50. Yang Artinya semakin besar *profit* atau laba suatu perusahaan maka semakin besar minat para investor untuk membeli sahamnya sehingga nilai perusahaan meningkat, sedangkan *profit* atau laba yang semakin kecil maka minat para investor untuk membeli sahamnya cenderung sedikit sehingga nilai perusahaan semakin menurun. Profitabilitas juga mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan, artinya perusahaan tersebut memiliki manajemen yang baik.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang juga perlu diperhatikan terutama bagi para investor dan juga kreditor. Perusahaan yang cenderung berukuran besar tentunya akan memiliki kekuatan yang lebih untuk mendapatkan dana dari kreditor (Sawir, 2004:101). Menurut Harning Priyastuty (2015) menyatakan bahwa ukuran suatu perusahaan dapat dilihat pada laporan keuangan dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka manajemen dapat lebih leluasa untuk mengendalikan dan menggunakan aset perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai dari perusahaan yang dikelolanya.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aktiva, maka semakin besar modal yang ditanam. Sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor, semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aset dengan nilai aset yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat di ukur dengan menggunakan proksi *SIZE*.



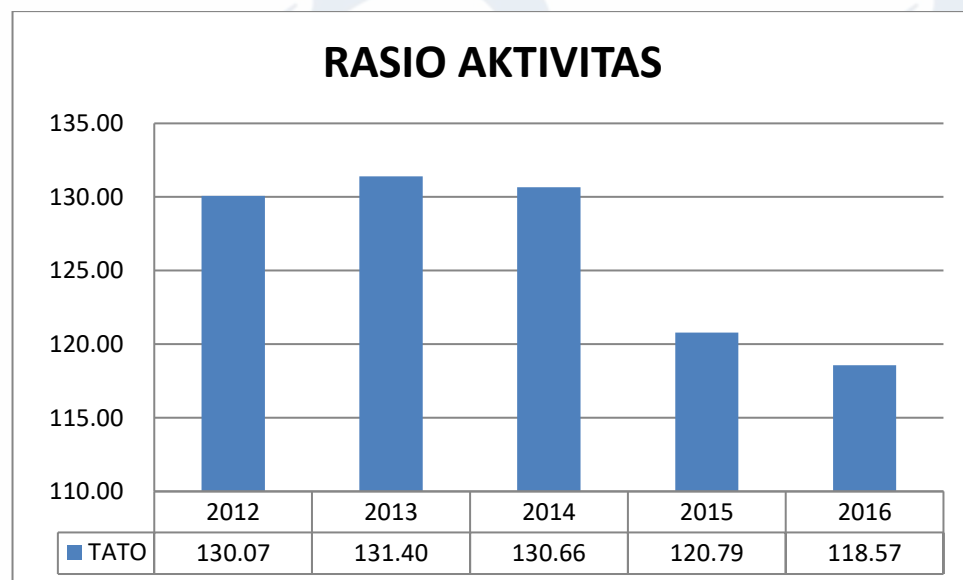
Sumber : <http://www.idx.co.id/> , Data yang diolah.

**Gambar 1.4 Ukuran Perusahaan pada industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman 2012 – 2016.**

Dari gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dari tahun 2012 – 2016 cenderung mengalami fluktuatif. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2012 – 2016 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan akan semakin tinggi *price book value* nya dan semakin rendah ukuran perusahaan akan semakin rendah *price book value* nya, dikarenakan ukuran perusahaan merupakan total aset atau total penjualan, sehingga apabila total aset atau total penjualannya besar, maka semakin besar modal yang ditanam dan semakin banyak perputaran uang dalam perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

*Total assets turnover* mengukur efektivitas penggunaan seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan, sehingga semakin besar nilai dari rasio ini

menunjukkan semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan, (Sudana, 2009:25). Rasio ini menunjukkan perputaran total aset diukur dari volume penjualan dengan kata lain seberapa jauh kemampuan semua aset menciptakan penjualan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik”. Standar industri perputaran pada *Total Assets Turnover* (TATO) adalah sebanyak dua kali, jika perusahaan melakukan perputaran TATO lebih dari dua kali maka dikatakan baik, namun bila kurang dari dua kali perputaran maka perusahaan belum baik, Kasmir (2012).



Sumber : <http://www.idx.co.id/> , Data yang diolah.

**Gambar 1.5 Total Asset Turnover (TATO) pada industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman 2012 – 2016.**

Dari gambar 1.5 dapat disimpulkan bahwa *Total Asset Turnover* (TATO) dari tahun 2012 – 2016 cenderung mengalami fluktuatif. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2012 – 2016 mengalami peningkatan dan

penurunan setiap tahunnya. Artinya semakin besar nilai dari rasio ini menunjukkan semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan.

*Leverage* menunjukkan hutang yang dimiliki perusahaan. Dalam arti harfiah, *leverage* berarti pengukit. Sumber dana perusahaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu sumber dana intern dan ekstern. Sumber dana intern berasal dari laba ditahan, pemilik perusahaan yang tercermin pada lembar saham atau presentasi kepemilikan yang tertuang dalam neraca. Sementara sumber ekstern merupakan sumber dana perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya hutang. Kedua sumber dana ini tertuang dalam neraca pada sisi kewajiban.

Hasil penelitian Yasioca (2013), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan negative terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian mengatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Suranta dan Pranata, 2003), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Johan Halim (2005). Pada tahun 2001 dan 2002 menghasilkan bahwa *leverage* memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Kusumawati dan Sudento (2005) menggambarkan *leverage* sebagai kemampuan perusahaan membayar hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya.

Profitabilitas adalah rasio dari efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas terdiri dari *profit margin*, *basic earning power*, *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik, maka para *stakeholder* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dalam rasio keuangan profitabilitas juga penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Hasil penelitian Kristianti Wahyuningsih (2013), mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Santika dan Kusuma (2002) pengaruh profitabilitas sebagai indikator kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan Surantan dan Pranata (2003). Mengingat akan bahwa profitabilitas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Angg (1997)

meyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Karena rasio profitabilitasnya menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Jika perusahaan sensitive terhadap variasi ukuran perusahaan, perusahaan yang lebih besar menyukai prosedur (metode) yang dapat menunda pelaporan laba. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan daya saing perusahaan akan meningkat.

Pangsa pasar relative menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif nilai perusahaan meningkat. Perusahaan yang memiliki control yang lebih baik (greater control) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi rentan terhadap fluktuasi ekonomi. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan, dan juga semakin besar pula modal yang ditanam. Semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan (Sujoko



dan Soebiantoro, 2007). Ukuran perusahaan pula dianggap sebagai salah satu faktor pendukung peningkatan nilai perusahaan. Sebab, perusahaan yang memiliki ukuran atau skala yang cukup besar akan mempermudah memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat eksternal maupun internal.

Hasil penelitian Rachmawati dan Hanung dalam Analisa (2011), ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (Siallagan, Hamonangan & Machfoedz, M. 2006). Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Rachmawati dan Hanung, 2007).

Besar atau kecilnya *activity ratio* dapat diukur dengan beberapa cara yaitu *inventory turnover*, *average days in inventory*, *receivable turnover*, *days sales outstanding*, *fixed assets turnover*, *total assets turnover* (Sudana, 2009:24). *Total assets turnover* mengukur efektivitas penggunaan seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan, sehingga semakin besar nilai dari rasio ini menunjukkan semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan, (Sudana, 2009:25).

Rasio ini menunjukkan perputaran total aktiva diukur dari volume penjualan dengan kata lain seberapa jauh kemampuan semua aktiva menciptakan penjualan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Standar industri perputaran pada *Total Assets Turnover* (TATO) adalah sebanyak dua kali, jika perusahaan melakukan perputaran TATO lebih dari dua kali

maka dikatakan baik, namun bila kurang dari dua kali perputaran maka perusahaan belum baik, Kasmir (2012).

Hasil penelitian Kartika Pratiwi Putri (2012), TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut Diko Fitriansyah Azhari (2016), TATO tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Industri manufaktur sektor makanan dan minuman merupakan industri yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia dan memegang peranan penting dalam kebutuhan konsumen, dengan demikian kemungkinan laba suatu perusahaan cenderung meningkat dan nilai perusahaan menjadi tinggi di mata investor sehingga banyak investor yang akan membeli sahamnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012 – 2016”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

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

1. Industri makanan dan minuman harus mampu meningkatkan nilai perusahaannya dalam menghadapi persaingan globalisasi.
2. Rata-rata perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI memiliki hutang yang cukup besar, hal tersebut berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil atas *Leverage* yang diproksikan dengan DER. Profitabilitas yang diproksikan dengan NPM, Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan LN(*Total Asset*) dan Rasio Aktivitas yang diroksikan dengan *Total Asset Turnover* (TATO), menunjukkan hasil yang masih fluktuatif untuk beberapa perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012 – 2016.
4. Belum konsistennya teori-teori yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Karena luasnya masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, serta upaya penulis agar penelitian dapat dilakukan secara lebih terfokus, maka penelitian ini hanya membatasi masalah pada hal-hal berikut :

1. Penulis hanya meneliti *Debt To Equity Ratio* (DER) , *Net Profit Margin* (NPM), LN(Total Aset) dan *Total Asset Turnover* (TATO) sebagai variabel independen terhadap *Price To Book Value* (PBV) sebagai variabel dependen.
2. Penulis meneliti perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Penulis hanya meneliti laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode waktu selama 5 (lima) tahun yaitu tahun 2012 sampai dengan 2016.

### 1.3 Perumusan Masalah

Peneliti akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016.

1. Apakah terdapat pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 ?
2. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 ?

3. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 ?
4. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 ?
5. Apakah terdapat pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Peneliti ingin mengetahui Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016.

1. Untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016.

3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016.
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016.
5. Untuk menganalisis pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Bagi Investor**

Dapat dijadikan sebagai salah satu informasi guna mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi sehubungan dengan harapan para pemegang saham untuk mendapatkan return saham atas sejumlah dana serta keputusan investasinya dan meningkatkan kemakmuran.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pemilik perusahaan dalam melakukan ikatan kerja dan pengawasan kepada manajemen perusahaan sehingga manajer

dapat bekerja secara optimal dan selaras dengan kepentingan pemilik perusahaan sehingga kinerja manajer dapat mengedepankan kepentingan dan kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Di sisi lain, perusahaan dapat mempertimbangkan mengenai proporsi atas kepemilikan perusahaan yang juga mempengaruhi nilai perusahaan serta mendorong perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

### **3. Bagi Pihak Lain**

Bagi penulis selanjutnya dapat dijadikan sebagai acuan penelitian mengenai nilai perusahaan sehingga lebih komprehensif.