

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Sektor industri manufaktur merupakan salah satu industri terpenting yang mampu menjadi daya ungkit bagi peningkatan perekonomian nasional. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani yang dilansir dari media liputan 6 yang dikeluarkan pada tanggal 11 Juni 2019 bahwa “pertumbuhan ekonomi pada saat ini masih berkisar diangka 5 persen”. Menyikapi hal tersebut pemerintah berupaya semaksimal mungkin untuk mendorong peningkatan investasi pada sektor industri terutama yang berorientasi pada hasil ekspor. Berdasarkan laporan perkembangan indeks produksi pada industri manufaktur melalui Badan Pusat Statistik (2019) bahwa, sektor industri manufaktur mempunyai pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang positif berkisar 5,05% - 5,17% dalam kurung waktu tahun 2015 - 2019. Hal tersebut menandakan bahwa industri manufaktur memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi ataupun mengolah barang setengah jadi yang kemudian mempunyai nilai tambah. Perusahaan manufaktur juga memiliki peranan penting dalam perdagangan internasional, hal tersebut tidak terlepas dari adanya peningkatan terhadap kualitas serta *ouput* yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga mampu bersaing dalam pasar global, khususnya pada sektor industri

barang konsumsi. Manajemen perusahaan industri yang baik sangat membantu perusahaan untuk lebih memaksimalkan pencapaian hasil produksi yang optimal dengan pencapaian tujuan perusahaan yakni meningkatkan nilai perusahaan yang baik. Rahayu dan sari (2018) menjelaskan bahwa, ukuran keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari sejauh mana perusahaan dapat mensejahterakan para pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama bagi perusahaan sebagai upaya menciptakan tren positif dimasa yang akan datang.. Menurut Innafisah dkk (2019) bahwa, nilai perusahaan merupakan sejumlah harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan. Apabila nilai perusahaan semakin baik maka perusahaan tersebut dapat memaksimalkan nilai perusahaan dan memberikan kesejahteraan yang baik kepada para pemegang sahamnya. Menurut Sari dan Sidiq (2017) bahwa, kesejahteraan yang diberikan kepada pemegang saham dapat tercermin dari nilai perusahaan tersebut sehingga apabila nilai perusahaan tersebut mengalami peningkatan yang baik maka kemakmuran para pemegang saham semakin membaik.

Pengukuran nilai perusahaan dapat diindikasikan dengan *Price to Book Value* /PBV (Innafisah dkk, 2019). *Price to Book Value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepannya, oleh karena itu keberadaan rasio PBV sangat penting bagi para investor maupun calon investor

untuk menetapkan keputusan investasi. Hal ini menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi. Data nilai PBV dari Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 – 2018 seperti disajikan pada Tabel 1. 1

Tabel 1.1
Data Price To Book Value Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang
Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016 - 2018

Sub Sektor	Tahun			Pertumbuhan (%)
	2016	2017	2018	
Farmasi	6.04	6.84	6.94	281.08
Rokok	5.13	5.60	4.78	177.15
Makanan dan Minuman	3.05	3.30	3.13	115.83
Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga	8.78	14.63	7.01	239.80

Sumber : www.idx.com (data dioalah).

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, masing-masing sub sektor memiliki rata-rata pertumbuhan nilai perusahaan yang berbeda-beda, sehingga pada penelitian ini akan menggunakan perusahaan sub sektor makanan dan minuman sebagai subjek, dikarenakan sub sektor makanan dan minuman memiliki rata-rata nilai perusahaan yang rendah dan diikuti dengan rendahnya presentase pertumbuhan yaitu sebesar 115. 83%. Dalam meningkatkan nilai perusahaan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan untuk lebih mengoptimalkan nilai perusahaan menjadi lebih baik sehingga hal ini menjadi keuntungan bagi perusahaan untuk mendapatkan ketertarikan para investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Adapun beberapa faktor yang dipercaya dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, *earning per share* dan *return on asset* (ROA).

Ukuran perusahaan diyakinkan memiliki pengaruh yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu bentuk ukuran yang mengklasifikasikan suatu perusahaan menurut besar atau kecilnya yang dilakukan dengan cara mengetahui total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lainnya. Hermuningsih (2012), ukuran perusahaan merupakan rata-rata total penghasilan bersih dari operasi perusahaan selama periode tertentu. Ukuran perusahaan menunjukkan gambaran dari keseluruhan atau total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut akan menjadi cerminan bagi investor untuk menilai kinerja perusahaan dalam mengoperasikan seluruh aktiva yang dimilikinya. Peningkatan nilai perusahaan yang membaik ditandai dengan tingginya aset yang dimiliki perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan utang yang ada. Menurut Riyanto (2011) dalam Pratama dan Wiksuana (2016), suatu perusahaan yang sahamnya tersebar luas merupakan perusahaan besar yang memiliki penambahan modal saham dan dapat memberikan pengaruh kepada manajemen kontrol dari perusahaan itu sendiri.

Ukuran perusahaan digambarkan juga pada konsep *signaling theory* yang mengungkapkan bahwa naik turunnya suatu harga di pasar yakni harga saham, obligasi dan lain sebagainya akan menjadi sinyal dan berpengaruh terhadap keputusan investor. Prasetyorini (2013), menjelaskan bahwa semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin besar peluang perusahaan untuk mendapatkan sumber dana dari berbagai pihak, baik internal maupun dari pihak

eksternal sehingga hal ini menjadi potensi pada perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor merupakan salah satu sumber dana yang diharapkan oleh perusahaan. Sumber modal yang diterima dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan melalui ekspansi bisnis. Ekspansi bisnis merupakan segala sesuatu cara yang dilakukan oleh perusahaan guna memperbesar skala atau ukuran perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Hasil penelitian sebelumnya yang sejalan dikemukakan oleh Pantow dkk (2015), Mindra dan Erawati (2014), Rachmawati dan Pinem (2015) mengungkapkan bahwa, ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti skala atau ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Disisi lain berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013), Suwardikan dan Mustanda (2017) serta Andini dkk (2017) yang menjelaskan bahwa, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti setiap penambahan skala atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan pada penelitian ini menggunakan total aset sebagai pengukurannya, dikarenakan total aset perusahaan lebih mencerminkan besarnya ukuran perusahaan tersebut Menurut Dewi dan Wirajaya (2013), ukuran perusahaan dapat dinyatakan melalui total aset yang dimiliki perusahaan untuk melakukan operasinya. Apabila aset yang dimiliki perusahaan semakin besar maka pihak manajemen perusahaan lebih leluasa mempergunakan aset yang ada pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan

rumus $size = Ln$ (logaritma normal) dari total aset perusahaan tersebut sehingga mendapatkan rata-rata dari ukuran perusahaan (Arie dan Manoppo, 2016).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah jumlah laba per saham atau *earning per share* (EPS). Menurut Kasmir (2010), *earning per share* (EPS) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba per lembar sahamnya dan diberikan kepada pemegang saham atau investor. *Earning per share* merupakan suatu hal penting yang menjadi pedoman dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Rasio EPS menjadi salah satu tolok ukur bagi para investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan investasi. Investor yang rasional tentu akan memilih saham-saham yang memberikan tingkat keuntungan yang tinggi dengan risiko yang rendah. Dengan mengetahui rasio EPS para investor dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap lembar saham yang ada. Jika laba yang dihasilkan setiap lembar saham yang beredar baik, maka kesejahteraan para pemegang saham dapat terjamin melalui pembayaran deviden pada setiap akhir tahun perusahaan tersebut beroperasi. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari per lembar sahamnya menjadi sinyal positif bagi peningkatan nilai perusahaan yang membaik.

Kholis dkk (2018) mengungkapkan bahwa, apabila EPS mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan drastis, dan sebaliknya jika EPS mengalami penurunan maka nilai perusahaan juga akan mengalami penurunan drastis. Nilai EPS yang tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang baik serta menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Suparno dan Ramadini, 2017). Dengan meningkatnya EPS perusahaan

akan semakin besar memberikan laba kepada para pemegang saham dan mendorong investor untuk menambah jumlah modalnya yang ditanamkan, sehingga investasi ini akan mengakitbatkan peningkatan terhadap laba perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kenaikan harga saham. Maka dengan hal ini perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Teori ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yakni oleh Pioh dkk (2018), Haryati dan Ayem (2014), Innafisah dkk (2019) dan Marlina (2013) yang menjelaskan bahwa rasio *earning per share* mempunyai hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Artinya dengan tingginya EPS perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaanya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Erawati dan Mindara (2014), Rakasiwi dkk (2017) mengungkapkan bahwa rasio *earning per share* memiliki pengaruh negatife tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pada kenyataannya tidak selalu perusahaan yang memiliki EPS tinggi akan mengalami peningkatan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini rasio EPS dapat diukur dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan jumlah saham yang beredar di pasar (Khairani dan Imelda, 2016).

Dalam meningkatkan nilai perusahaan (PBV) pentingnya bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal. Laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu dapat digunakan sebagai indikator dalam pengukuran nilai perusahaan. Laba yang maksimal merupakan elemen penting bagi penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan tersebut dimasa yang akan datang. Rasio profitabilitas memiliki beberapa jenis rasio yang ada di dalamnya salah satunya adalah *retun on asset* (ROA). Harahap (2010) menjelaskan bahwa,

ROA menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dari volume penjualan. Semakin besar ROA maka semakin baik. ROA berfungsi untuk mengukur tingkat pengembalian atas aktiva perusahaan. ROA merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Hal ini mengandung arti bahwa apabila laba yang dihasilkan perusahaan semakin baik maka prospek nilai perusahaan tersebut dapat tercermin untuk beberapa tahun kedepan. Semakin besar laba yang diperoleh maka perusahaan akan mampu meningkatkan nilai perusahaan (Wijaya dan Sedana, 2015). ROA dapat diukur dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total aset yang dimilikinya (Harmono, 2016).

Berdasarkan teori struktur modal yaitu konsep *signaling theory* yang mengungkapkan bahwa pencapaian laba yang maksimal akan menjadi sinyal dari manajemen yang menggambarkan prospek perusahaan berdasarkan tingkat laba yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mempunyai laba yang maksimal maka secara tidak langsung akan memberikan sinyal kepada para investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Harmono (2016), menjelaskan bahwa apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur dengan dimensi-dimensi profitabilitas dalam kondisi baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya. Begitu juga Novari dan Lestari (2016) berpendapat bahwa, apabila ROA mengalami peningkatan maka semakin tinggi perusahaan untuk memperoleh laba bersih dan berpeluang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penjelasan

tersebut sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Pioh dkk (2018), Pantow dkk (2015) dan Rosikah dkk (2018) yang menyatakan bahwa, rasio profitabilitas yang diproyeksikan dengan *return on asset* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini memiliki arti bahwa ROA yang lebih tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan memberikan manfaat tambahan kepada para pemegang saham. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Salempang dkk (2016), menyatakan bahwa ROA tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi khususnya pada sub sektor makanan dan minuman. Perusahaan manufaktur kini mencerminkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dan bisnis nasional, di samping itu perusahaan manufaktur merupakan sektor yang memiliki kompleksitas bisnis yang tinggi. Pada era kepemimpinan Presiden Jokowi pada saat ini, perusahaan-perusahaan dituntut agar memiliki nilai tambah yang optimal guna membantu meningkatkan perekonomian Indonesia yang semakin membaik. Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara ukuran perusahaan, *earning per share* dan *return on asset* terhadap nilai perusahaan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Earning Per Share* dan *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2018.**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan sub sektor

Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018 adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi penurunan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.
- (2) Terjadi kesenjangan teori dan praktek pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.
- (3) Terjadinya penurunan harga saham pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.
- (4) Terjadinya peningkatan ukuran perusahaan dan menurunnya nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018.
- (5) Terjadi penurunan rasio *Earning Per Share* pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018.
- (6) Terjadinya penurunan ROA pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.
- (7) Tidak konsistennya penelitian terdahulu.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang terjadi pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia, maka dalam penelitian ini hanya difokuskan pada permasalahan yang membahas mengenai ukuran perusahaan, EPS dan ROA terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- (1) Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *earning pershare* dan *return on asset* (ROA) secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018
- (2) Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *earning per share* dan *return on asset* (ROA) secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk menguji hal - hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh dari pada ukuran perusahaan, *earning per share* dan *return on asset* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor manakanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.
- (2) Pengaruhnya ukuran perusahaan, *earning per share* dan *return on asset* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2018.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perusahaan untuk digunakan sebagaimana mestinya. Manfaat tersebut yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

(1) Manfaat Teoritis

Diharapkan dalam hasil penelitian ini nantinya akan memberikan gambaran dan pemahaman yang baik dalam penerapan ilmu manajemen keuangan terlebih khususnya mengenai pengaruh dari ukuran perusahaan, EPS dan ROA terhadap nilai perusahaan, dan juga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya pada waktu yang akan datang.

(2) Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan bagi perusahaan untuk dijadikan sebagai informasi mengenai pengaruh ukuran perusahaan, EPS dan ROA terhadap nilai perusahaan sehingga menjadi suatu acuan bagi perusahaan untuk melakukan kebijakan tertentu dalam pengambilan keputusan serta upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan kedepannya.

