

BAB I

PENDAHULUAN

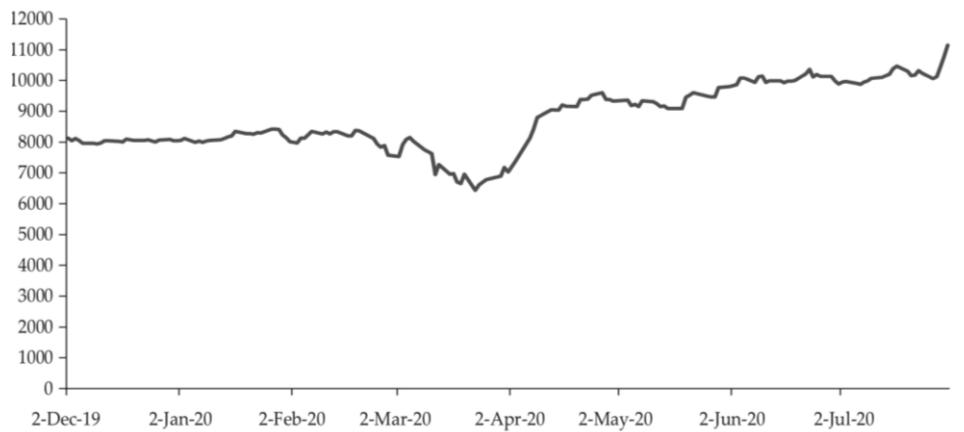
1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang prioritas nya yakni agar menghasilkan laba yang optimal. Di era digitalisasi dan fintech ini kompetisi diantara perusahaan semakin besar, mendorong agar bisa menghadapi bahkan mengantisipasi berbagai kondisi ataupun situasi supaya bisa tetap menjadi yang terbaik. Utamanya dalam rangka pencapaian visi dari perusahaan. Visi jangka pendeknya yakni untuk menghasilkan keuntungan yang optimal dengan sumber daya yang ada, sementara untuk jangka panjang yakni mengoptimalkan nilai perusahaan (Santoso & Rafika, 2017). Mengoptimalkan nilai perusahaan tentunya penting bagi suatu industry, sebab memaksimalkan nilai artinya memaksimalkan kemakmuran investor, yang menjadi visi pokok dari suatu perusahaan. Makin tinggi nilai perusahaan, makin Sejahtera yang nantinya diterima pemilik Perusahaan (Zurriah, 2021).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor mengenai seberapa berhasil suatu perusahaan dalam mengatur sumber daya yang mendeskripsikan dari nilai sahamnya. Nilai saham menjadi indikator Perusahaan dalam melihat apakah sudah meraih visinya ataupun belum (Purwaningtyas & Abbas, 2021). Pastinya nilai Perusahaan ini menjadi penting sebab tujuan dari pengelolaan financial yakni untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Jika terealisasi secara baik maka nilai perusahaan bisa naik bahkan bisa memaksimalkan nilai saham. (Widi et al., 2021). Pertumbuhan harga saham yakni indikasi bertumbuhnya perusahaan yang pastinya diimbangi dengan naiknya nilai Perusahaan.

Kompetisi dalam dunia bisnis ini mendorong perusahaan menjaga serta meningkatkan nilai perusahaannya. Bahwa nilai perusahaan adalah persepsi pemilik saham pada derajat kesuksesan perusahaan terkait nilai saham. Industry yang sudah go public memiliki tujuan untuk menaikkan kesejahteraan pemilik bahkan para investornya dengan peningkatan nilai perusahaan tersebut. Investor nantinya bisa mengetahui Perusahaan yang bagus yakni yang mempunyai hasil kerja dan kedudukan financial yang bagus juga. Bagi pemilik saham sebelum menentukan keputusan untuk berinvest di pasar modal dibutuhkan analisis. Ketika berinvest, investor nantinya memahami secara baik Perusahaan mana yang bisa diberikan modal. Maka seluruh Investor ini membutuhkan pencatatan keuangan dari perusahaan itu supaya bisa mengetahui peluang laba di masa depan bahkan kemajuan perusahaan berikutnya untuk melihat kondisi financial jangka pendek. (Jufrizen & Nurain Al Fatin, 2020)

Sektor industri adalah satu diantara faktor yang memiliki peran penting pada perekonomian suatu bangsa. Saat ini dunia usaha dan bisnis merupakan sektor yang paling banyak dibicarakan, baik dalam skala nasional maupun internasional. Seiring dengan pertumbuhan usaha, menuntut perusahaan dari seluruh industry agar maju secara kompetitif guna menjaga eksistensi (Rohaeni, 2018). Satu diantara bidang yang berkembang adalah sektor Barang Konsumsi dan Perkebunan. Sektor Barang Konsumsi dan Perkebunan menghasilkan produk yang diperlukan di kehidupan sehari - hari, Sektor industri Barang Konsumsi dan Perkebunan menunjukkan tren yang positif. Menurut PMI, Barang Konsumsi dan Perkebunan di Indonesia sedang dalam tingkat pertumbuhan (dimana tingkat rekrutmen lebih baik). Nilai PMI industri Barang Konsumsi dan Perkebunan Indonesia pada Februari 2018 di atas 50, tepatnya 51,4 (Rini, 2018).



Gambar 1.1 Rata – Rata Harian Harga Penutupan Saham Industri Barang Konsumsi dan Perkebunan

(Sumber : BEI,2021)

Fluktuasi harga saham pada industri Barang Konsumsi serta Perkebunan seperti pada gambar 1.1 di atas terjadi sebab di awal tahun 2018, mengalami perang dagang yaitu Amerika serta Tiongkok yang mana presiden AS memilih tarif impor produk Tiongkok sebanyak US\$ 60 M (CNN, 2018). Sehingga, Tiongkok membalasnya dengan menjalankan hal yang serupa dengan meningkatkan tingkat impor produk AS sebanyak US\$ 3 M (CNN, 2018). Indonesia menjadi negara yang terhimpas dari perang dagang ini. Di mana Indonesia sendiri sebagai negara tujuan ekport produk cina serta Amerika. Dengan naiknya tingkat impor AS dan china. Mengalami penurunan ekspor Indonesia yang artinya total impor relative besar dibandingkan ekspor. Di mana banyak modal keluar dari Indonesia dibandingkan yang masuk, bila Rupiah terjadi penurunan pasokan dana di dalam negeri, nantinya susah menjaga dorongan terhadap mata uang lain maka nilai rupiah bisa turun. Depresiasi bisa pengaruhi nilai Perusahaan di pasar modal, utamanya di negara berkembang.

Tabel 1.1
Rata – Rata Nilai Perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan
Yang terdaftar di BEI tahun 2017-2018

| PBV | | |
|----------------|-------------|-------------|
| Quartal | 2017 | 2018 |
| Q1 | 2.284 | 1.973 |
| Q2 | 2.473 | 2.213 |
| Q3 | 2.625 | 2.447 |
| Q4 | 2.812 | 2.687 |

Berdasarkan fenomena dan nilai Perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan berfluktuasi, menganalisis nilai perusahaan terhadap industri barang konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI adalah urgensi pada penelitian ini. Urgensi dalam memahami faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan utamanya terhadap Perusahaan barang konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI. Alat ukur yang dimanfaatkan untuk menilai hasil kerja keuangan yakni metode rasio keuangan. Analisis rasio keuangan dilaksanakan secara membandingkan 2 item dalam pencatatan keuangan. Dimana rasio yang diperoleh bisa diinterpretasikan melalui metode yang relative mendalam dibandingkan mengetahui item secara terpisah. Kajian ini berfokus terhadap variabel penentu ukuran perusahaan, ROA, dan pertumbuhan penjualan. Dikarenakan pemanfaatan rasio tersebut menjadi sebab satu rasio tidak cukup menilai pada keadaan financial bahkan kinerja dari perusahaan. Selain itu, Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek keuangan.

Pertama, faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan yakni ukuran perusahaan bisa mempengaruhi nilai Perusahaan, sebab makin tinggi

ukuran skala perusahaan sehingga makin mudah bagi industry untuk mendapatkan modal dari kreditur untuk mencapai tujuan perusahaan (Purwaningtyas & Abbas, 2021). Ukuran unit bisnis berarti ukuran perusahaan bisnis. Besar kecil suatu perusahaan merupakan symbol dari tinggi rendahnya Perusahaan tersebut. Perusahaan yang bagus nantinya mempunyai akses ke pasar modal untuk menyimpan dana dengan modal yang minim, sedangkan industri yang kecil masih kesusahan mengakses pasar modal (Amah & Prasetyowati, 2019). Sebab kemudahan akses ke pasar modal sangat signifikan serta kapasitasnya dalam menghasilkan modal yang relative tinggi. Perusahaan besar mempunyai peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar (La'ikotun, 2022). Berdasarkan teori signaling, ukuran mempunyai peran dalam menaikkan nilai Perusahaan. Sudyanto dkk. (2020) menjelaskan ukuran perusahaan memiliki pengaruh sig pada nilai perusahaan tetapi (Octavus Dan I & Adiputra, 2020) menyatakan sebaliknya.

Selain ukuran perusahaan, faktor kedua adalah rasio keuangan profitabilitas. Profitabilitas adalah kapasitas industri untuk menghasilkan keuntungan dari investasi bahkan penjualannya (Evania Karak, 2021). Tingkat profitabilitas menggambarkan kapasitas industry untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang besar memperlihatkan kinerja Perusahaan yang makin baik. Makin bagus hasil kerja industry itu nantinya membentuk respon positif bagi pemilik saham bahkan menciptakan nilai saham Perusahaan semakin signifikan. (Jaya, 2020).

Variabel penentu terakhir yakni pertumbuhan penjualan, dimana ini merupakan kesuksesan investasi periode lalu bahkan bisa dimanfaatkan kedalam prediksi perkembangan di masa mendatang. Perkembangan suatu industry bisa diketahui dari kenaikan volume penjualan. Dengan meningkatnya volum penjualan maka bisa menaikkan penghasilan bahkan keuntungan perusahaan. Perusahaan bisa menutun dana yang dikeluarkan untuk operasional (Dewi, 2019). Jika pertumbuhan penjualan naik nantinya perputaran keuangan dalam perusahaan bisa sangat mudah (Utami, 2018).

(Hidayat, 2018) menyatakan pertumbuhan penjualan mendeskripsikan kesuksesan investasi di masa lampau bahkan bisa dibuat ke dalam prediksi perkembangan di masa mendatang. Kajian yang dijalankan (Diantari, 2019) menjelaskan perkembangan penjualan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan, sejalan dengan (Dewi, 2019), (Purwohandoko, 2017), dan (Hidayat, 2018). Namun (Emanuel, 2019) memperlihatkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh sig pada nilai perusahaan.

Dalam penjelasan yang telah dipaparkan, dapat dirinci bahwa nilai Perusahaan pada sektor Barang Konsumsi dan Perkebunan masih fluktuatif, dan masih terjadi inkonsistensi dalam hasil penelitian terdahulu sehingga kajian ini menjadi penting sebagai pengisi gap pada kajian ini. Maka, tujuan dari kajian ini untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, ROA, serta perkembangan penjualan pada nilai perusahaan. Subyek kajian ini yakni perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021. Sehingga judul dari penelitian ini, “ Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return on Asset dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dalam latar belakang yang sudah diuraikan tersebut, maka identifikasi masalah ini yakni :

1. Harga saham yang naik turun mengakibatkan nilai Perusahaan yang berfluktuatif.
2. Investor memerlukan analisis dan tingkat pemahaman yang kuat untuk berinvestasi.
3. Semakin banyak Perusahaan yang bergerak di sektor Barang Konsumsi dan Perkebunan.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam identifikasi masalah di atas, maka tersusun rumusan masalah yang akan dikaji yakni :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara ROA terhadap nilai perusahaan terhadap perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 - 2021?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2021?
4. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara ukuran perusahaan, ROA serta Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud daripada penelitian ini yaitu sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (Sarjana) Prodi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan yang bisa dibagikan yakni :

1. Untuk mendeskripsikan serta menganalisis pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021.
2. Untuk menjelaskan bahkan menganalisis pengaruh signifikan antara ROA terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021
3. Untuk mendeskripsikan bahkan menganalisis pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021.
4. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh yang simultan antara ukuran perusahaan, ROA, serta Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021.

1.5 Kegunaan Penelitian

Selain tujuan penelitian, ada manfaat yang bisa didapatkan dari kajian ini yakni:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dalam kajian ini bisa bermanfaat bagi penulis agar mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, ROA serta pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan terhadap industry barang konsumsi serta Perkebunan yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021. Dalam hal kepentingan ilmiah, diinginkan bisa berkontribusi bagi intelektual di bidang nilai perusahaan bahkan bisa dibuat ke dalam bahan rujukan selanjutnya untuk meneliti permasalahan yang serupa di masa depan.

b. Bagi Akademik

Manfaat bagi akademik yakni agar mengetahui ilmu dalam Perusahaan khususnya terkait pentingnya pengaruh ukuran perusahaan, ROA, serta Pertumbuhan Penjualan pada nilai perusahaan.

c. Bagi Investor

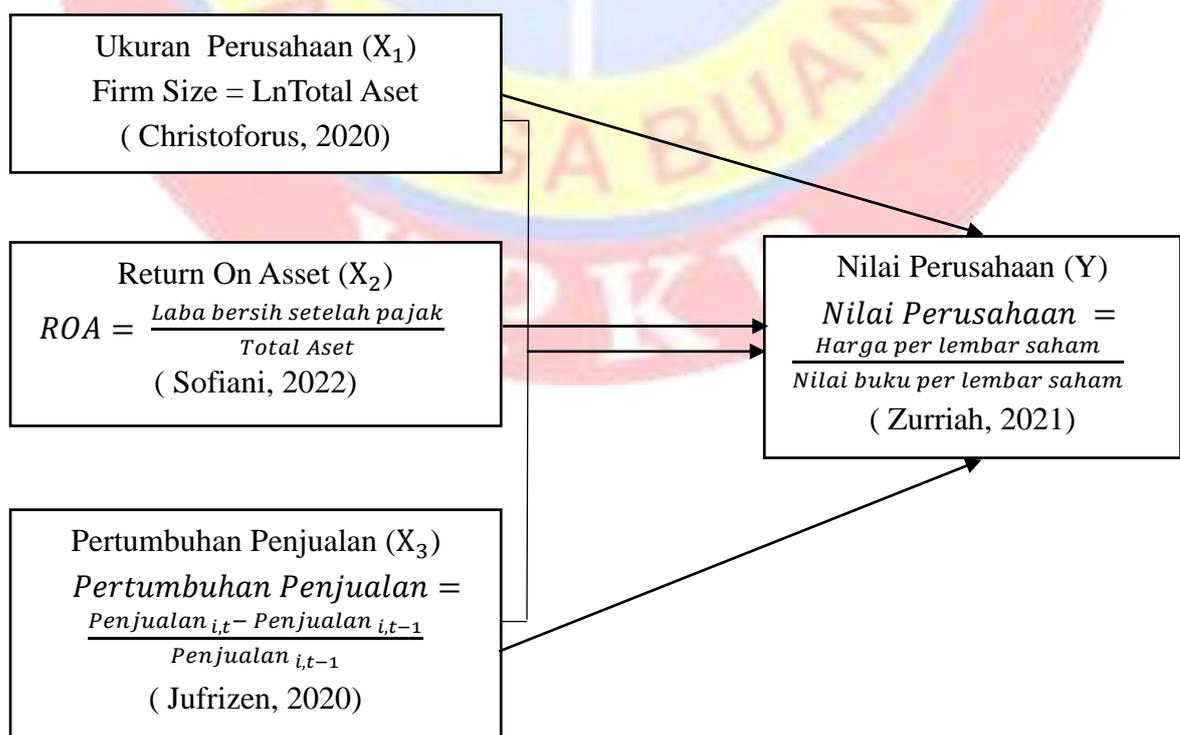
Untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dan investor dalam memprediksi nilai perusahaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Temuan pada kajian ini diinginkan bisa berkontribusi secara teoritis untuk penelitian terkait pengaruh ukuran perusahaan, ROA bahkan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



Sugiyono (2017:63), Hipotesis yakni jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mana ini sudah diuraikan secara list pertanyaan, maka dari masalah ini, tujuan, dan landasan teori sudah dijelaskan ke dalam kerangka pemikiran, sehingga Hipotesis pada kajian ini yakni :

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₂ : *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₃ : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₄ : Ukuran Perusahaan, *ROA*, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

1.6.1 Landasan Teori

1.6.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan bisa dimanfaatkan oleh pemilik saham ke dalam dasar untuk mengetahui hasil kerja dari suatu perusahaan dalam periode ke depan, yang mana harga saham kerap kali dihubungkan dengan nilai perusahaan, saat suatu industry sudah transparan bahkan sudah mempromosikan saham ke umum maka nilai perusahaan itu dimaknai kedalam pemikiran seorang pemilik saham pada industry itu. Nilai saham yang besar nantinya berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang besar juga (L. S. Dewi & Abundanti, 2019). Alat ukur yang bisa dimanfaatkan untuk mengetahui nilai perusahaan yakni melalui rasio (PBV) dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

1.6.1.2 Ukuran Perusahaan

Guna mengoptimalkan nilai Perusahaan, di mana makin besar nantinya berhubungan dengan keputusan pemodal yang nantinya diaplikasikan oleh perusahaan tersebut (Suwardika Agus & Mustanda, 2017) (Suwardika Agus & Mustanda, 2017) mengungkapkan bahwa biasanya industry yang besar relative sangat mudah dalam memperoleh nilai trust dari kreditur dalam mendapat sumber pemodal yang mana bisa menaikan nilai perusahaanya. Untuk pengukuran Perusahaan dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Firm Size} = \text{LnTotalAset}$$

1.6.3.3 Return On Asset

ROA yakni total imbal hasil dari profit pada asset bahkan dinyatakan secara wujud persen. Dimana *ROA* ini dimanfaatkan dalam mengukur kapasitas suatu badan usaha untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan berbagai sumber daya asset yang ada (Hery, 2016). Skala pengukuran rasio *Return on Asset* dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

1.6.3.4 Pertumbuhan Penjualan

Ini merupakan kenaikan total penjualan terhadap tahun sebelumnya. Salah satu indikator yang menjadi indicator kesuksesan Perusahaan yaitu Pertumbuhan Penjualan. Melalui rumus berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_{i,t} - \text{Penjualan}_{i,t-1}}{\text{Penjualan}_{i,t-1}}$$

Keterangan :

Penjualan $_{i,t}$ = Total penjualan perusahaan i pada tahun t

Penjualan $_{i,t-1}$ = Total penjualan perusahaan i pada tahun t-1

1.6.2 Studi Empiris

Penelitian terdahulu yang membantu kajian ini yakni antara lain :

Tabel 1.2 Studi Empiris

| No | Judul, Nama Peneliti dan Tahun Penelitian | Indikator | Hasil Penelitian |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan serta Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI 2014 - 2016, (Hidayat, 2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Pajak • Pertumbuhan Penjualan • Ukuran Perusahaan • Nilai Perusahaan | <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Pajak pengaruh positif serta tidak sig pada nilai perusahaan • Perkembangan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan |
| 2 | Pengaruh Debt To Equity Ratio, ROE, ROA bahkan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi | <ul style="list-style-type: none"> • DER • ROE • ROA • Ukuran Perusahaan • Nilai | <ul style="list-style-type: none"> • ROE tidak ada pengaruh dan tidak sig pada nilai Perusahaan. • ROA tidak terdapat pengaruh sig pada nilai Perusahaan. • Ukuran Perusahaan tidak ada |

| | | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | (Jufrizen & Nurain Al Fatin, 2020) | Perusahaan | pengaruh serta tidak sig pada nilai Perusahaan. |
| 3 | Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan makanan serta minuman yang tercatat di BEI (Dolontelide & Wangkar, 2019) | <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Pertumbuhan Penjualan • Nilai Perusahaan | <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Penjualan pengaruh pada nilai perusahaan • Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai Perusahaan |
| 4 | Analisis Pengaruh ROA, CR, serta DAR pada Nilai Perusahaan Bidang Makanan serta Minuman (Sofiani & Siregar, 2022) | <ul style="list-style-type: none"> • ROA • CR • DAR | <ul style="list-style-type: none"> • ROA memperlihatkan adanya hubungan positif pada nilai perusahaan. • CR tidak pengaruh pada nilai Perusahaan • DAR mengindikasikan adanya pengaruh sig pada nilai Perusahaan. |

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dijalankan dalam penulisan skripsi ini menggunakan data sekunder. Berdasarkan (Sugiyono, 2018) data sekunder yakni yang didapatkan peneliti atau pengumpulan data secara tidak langsung. Dimana data yang didapatkan dari penelitian kepustakaan semacam laporan, buku, dan sumber yang lain yang berkaitan pada objek yang dikaji. Objek pada kajian ini yakni Perusahaan Barang Konsumsi dan Perkebunan yang tercatat di BEI Periode 2017-2021.