

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

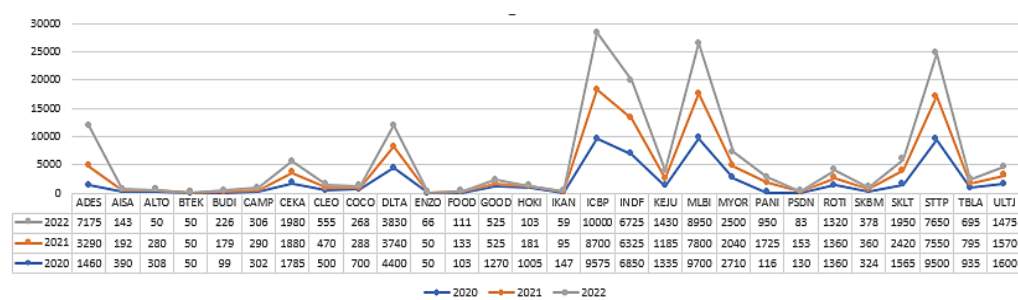
Persaingan bisnis di bidang Makanan dan Minuman saat ini semakin intensif. Fenomena ini tercermin dari peningkatan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari waktu ke waktu. Kehadiran perusahaan-perusahaan ini dianggap penting oleh masyarakat, yang mengharapkan kontribusi positif perusahaan tersebut dalam mencapai keuntungan baik pada saat ini maupun di masa depan. Adapun upaya untuk mencapai keuntungan tinggi merupakan dorongan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan menjadi aspek yang memiliki signifikansi besar bagi perusahaan tersebut (Akendy dan Digdowiseiso, 2023).

Nilai perusahaan sendiri mencerminkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya. Nilai perusahaan yang tinggi biasanya memiliki berbagai keuntungan, seperti kemudahan akses ke pembiayaan dari pasar modal dan lembaga keuangan, serta kemampuan untuk mendapatkan harga jual yang tinggi saat menjual atau melakukan penggabungan perusahaan (merger) (Akendy dan Digdowiseiso, 2023). Meningkatkan nilai perusahaan dipandang sebagai metode yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan pemegang saham akan mengalami peningkatan ketika nilai perusahaan mencapai tingkat yang tinggi, sehingga para pemegang saham lebih bersedia untuk menginvestasikan modal mereka dalam perusahaan tersebut (Akendy dan Digdowiseiso, 2023; Putri dan Mulyani, 2023).

Nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan jangka panjang perusahaan yang tidak dapat diabaikan (Putri dan Mulyani, 2023; Rahman *et al.*, 2023). Keberhasilan suatu perusahaan menentukan nilainya, yang tercermin dari harga

saham di pasar modal oleh penawaran dan permintaan, yang keduanya mencerminkan bagaimana masyarakat memandang kinerja suatu Perusahaan (Harmono, 2017 dan Rahman *et al.*, 2023). Hal tersebut menggambarkan keadaan perusahaan dan mungkin mempengaruhi keputusan pemegang saham untuk berinvestasi di dalamnya, nilai perusahaan sangat penting. Selain itu, investor menempatkan nilai tinggi pada nilai perusahaan karena dapat menarik minat mereka untuk melakukan investasi (Indrarini, 2019 dan Rahman *et al.*, 2023).-

Secara umum, perusahaan yang melakukan penawaran umum (*go public*) cenderung terus berupaya meningkatkan nilai perusahaan agar dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi. Maksud dari memaksimalkan nilai perusahaan dianggap sebagai tujuan yang lebih tepat bagi suatu perusahaan, karena pencapaian maksimal nilai perusahaan mengindikasikan pemanfaatan optimal terhadap nilai saat ini dari seluruh keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang (Sitompul *et al.*, 2024). Berikut beberapa pergerakan harga saham pada perusahaan makanan dan minuman dalam tiga tahun terakhir.



Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022); Data diolah (2024)

Gambar 1.1 Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022

Gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan di sektor makanan dan minuman mengalami fluktuasi harga saham yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2022. Perusahaan seperti ADES dan PANI menunjukkan lonjakan besar dalam harga saham, sementara AISA dan ALTO menghadapi penurunan tajam. MLBI juga mengalami fluktuasi yang jelas, dengan penurunan di 2021 diikuti pemulihan pada 2022. Meskipun beberapa perusahaan seperti BTEK dan ROTI menunjukkan stabilitas harga yang relatif konsisten, tren umum menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan menghadapi perubahan harga yang signifikan, mencerminkan ketidakstabilan dan dinamika yang kompleks dalam sektor ini selama periode tersebut. Padahal perusahaan pada sektor ini sangat diperlukan karena menyediakan barang yang akan selalu dikonsumsi oleh masyarakat (Vanessa dan Evani, 2023). Fluktuasi nilai perusahaan yang diprosikan melalui harga saham ini mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu bertahan di lingkungan yang kompetitif, sehingga dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan karena nilainya tidak stabil termasuk berdampak pada kepercayaan investor. Dalam teori sinyal, penanaman modal oleh investor dianggap memberikan sinyal positif mengenai perkembangan masa depan perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai Perusahaan (Akendy dan Digdowiseiso, 2023). Oleh karena itu, untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan, segala aktivitas perusahaan harus fokus pada pencapaian tujuan (Putri dan Mulyani, 2023).

Dalam rangka mengembangkan nilai perusahaan, intensitas modal memainkan peran penting sebagai kebijakan pendanaan perusahaan yang mempengaruhi komposisi antara utang dan ekuitas (Simanjuntak, 2018 dan Supia *et al.*, 2021). Dengan kata lain, peningkatan intensitas modal dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Tingkat intensitas modal yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan penjualan (Dang *et al.*, 2020; Winarmo, 2015 dan

Supia *et al.*, 2021). Artinya, perusahaan mampu mengoptimalkan pemanfaatan asetnya, yang dapat berdampak positif pada kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi dan Mutasowifin (2021) mendeteksi intensitas modal memiliki pengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya hasil riset Supia *et al.* (2021) menemukan bahwa intensitas modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan juga memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Menurut Maryanti (2016) dan Rahman *et al.* (2023), pertumbuhan penjualan yang terjadi setiap tahun menandakan kinerja positif perusahaan karena peningkatan penjualan tersebut berkontribusi pada pertumbuhan laba dan perkuatan pembiayaan internal perusahaan. Pertumbuhan penjualan akan mendorong pendapatan, memberikan fleksibilitas kepada perusahaan untuk melibatkan diri dalam berbagai kegiatan (Dewi *et al.*, 2015 dan Rahman *et al.*, 2023). Pertumbuhan penjualan juga dapat menyebabkan penguatan nilai perusahaan, menciptakan kepercayaan lebih dari para investor untuk menanamkan modal mereka dalam perusahaan tersebut (Limbong dan Chabachib, 2016 dan Rahman *et al.*, 2023). Maryadi dan Djohar (2023) mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Isnawati (2019) dan Rahman *et al.* (2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor krusial lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kualitas laba. Hal ini mencerminkan sejauh mana laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan dapat mencerminkan kinerja aktual perusahaan. Kualitas laba yang tinggi, menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menyajikan informasi keuangan yang relevan, mendukung pengambilan keputusan yang tepat terkait perusahaan. Kualitas laba yang efisien secara otomatis berkontribusi pada

peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan, sementara sebaliknya, kualitas laba yang rendah dapat berdampak negatif pada nilai (Jonathan dan Machdar, 2018 dan Renaldi dan Handayani, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Renaldi dan Handayani (2022), mengungkapkan bahwa kualitas laba memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan temuan Putri dan Mulyani (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas laba memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan gap penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “**Analisis Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apakah Intensitas Modal Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Kualitas Laba Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini mencakup Nilai Perusahaan, Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Kualitas Laba.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia, dengan fokus pada pengumpulan data sekunder yang berkaitan dengan perusahaan.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan periode 2020-2022

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh intensitas modal terhadap nilai perusahaan
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas laba terhadap nilai perusahaan

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang hubungan antara intensitas modal, pertumbuhan penjualan, kualitas laba, dan nilai perusahaan. Dengan demikian, hal tersebut dapat membantu mengisi celah dalam literatur keuangan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bagi berbagai pihak terkait. Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang metode penelitian yang menyangkut masalah Manajemen Keuangan pada umumnya, serta pengaruh mekanisme Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai pemoderasi berdasarkan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mengaplikasikannya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini membantu perusahaan dalam memahami hubungan antara intensitas modal, pertumbuhan penjualan, dan kualitas laba dengan nilai perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi area di mana mereka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan serta membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik terkait.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berharga kepada investor yang ingin menginvestasikan uang mereka dalam saham perusahaan. Mereka dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai panduan untuk memilih perusahaan berdasarkan intensitas modal, pertumbuhan penjualan, kualitas laba, dan nilai perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur ilmiah dalam bidang keuangan dan manajemen; menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang hubungan antara intensitas modal, pertumbuhan penjualan, kualitas laba, dan nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini tercantum latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisis statistik maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan, antara lain intensitas modal, pertumbuhan penjualan, kualitas laba.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dan saran yang diharapkan ada manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**