

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan umumnya memiliki tujuan tertentu diantaranya untuk mencapai tingkat keuntungan yang maksimal. Prioritas dari tujuan jangka panjang perusahaan yaitu meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri berbanding lurus dengan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan mampu mengatur sumber daya dengan baik dan tepat. Meningkatnya nilai perusahaan mampu memberikan sinyal positif pada investor saat berinvestasi dan membuat investor menjadi yakin pada peluang perusahaan di masa yang akan datang sehingga mampu meningkatkan harga saham. Yang berarti bahwa semakin meningkatnya harga saham maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.

Fenomena perbedaan informasi yang didapat antara manajer dengan pihak investor mengindikasikan adanya asimetri informasi. Menurut Bringham and Houston (2015:187) informasi asimetris merupakan suatu kondisi di mana manajer memiliki informasi yang berbeda (lebih baik) tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan yang dimiliki pihak luar atau investor. Investor cenderung tertarik terhadap suatu perusahaan karena informasi yang disampaikan dalam laporan keuangan. Diharapkan manajer perlu memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi.

Struktur modal memainkan beberapa peran penting, seperti menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan (Subramanyam, 2017). Peran lain ialah penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva baik aktiva tetap maupun aktiva lancar. Kebanyakan perusahaan industri yang sebagian besar modalnya tertanam dalam aktiva tetap akan mengutamakan penentuan modalnya dari modal permanen yaitu modal sendiri, sedangkan utang bersifat pelengkap.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Ukuran perusahaan turut menentukan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan dianggap semakin mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan bagi operasional perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Oleh karena itu ukuran perusahaan dinilai dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini mengambil objek perusahaan yang bergerak dibidang sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Sub sektor makanan dan minuman dipilih karena sector ini merupakan salah satu sector yang dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia, pertumbuhan penjualan cenderung berfluktuasi dari tahun 2019-2021. Hal ini disebabkan oleh karena sector ini memproduksi produk makanan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat Indonesia, meskipun dalam kondisi kritis sekalipun, perusahaan dalam sektor makanan dan minuman masih tetap bertahan.

Penelitian yang mengkaji pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sudah banyak dilakukan (Heven Manoppo, Fitty Valdi Arie, 2020 ; Dea Kolamban, Sri Murni, 2020 ; I Putu Hendra Sintyana, Luh Gede Sri Artini, 2019 ; Sherly Yulia Agustin, Dewi Urip Wahyuni, 2020 ; Reza Novitasari, Krisnando, 2021) namun

hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut masih tidak konsisten. Pertama peneliti Heven Manoppo (2020) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua peneliti Dea V. Kolamban (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketiga peneliti I Putu Hendra Sintyana (2019) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif namun tidak signifikan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Keempat peneliti Sherly Yulia Agustin, Dewi Urip Wahyuni (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kelima peneliti Reza Novitasari (2021) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda-beda sehingga peneliti ingin mengulang kembali penelitian, dengan mengkaji pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a) Apakah Struktur Modal berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
- b) Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
- c) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
- d) Apakah Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a) Untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
- b) Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
- c) Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
- d) Untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan..

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori di bidang nilai perusahaan, terutama dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi struktur modal. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi teori di bidang pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

#### b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pertimbangan manajemen dalam menilai prospek perusahaan tersebut. Dapat memberikan informasi bagi pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan investasi, memberikan masukan bagi manajer dalam memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi.