

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu andalan di sektor barang konsumsi primer (*consumer non cyclicals*) dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerja selama tahun 2018 tercatat konsisten positif, mulai dari peran terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja dalam negeri. Sepanjang tahun 2018 industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91% atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17%. Pertumbuhan produksi industri makanan di triwulan IV 2018 naik sebesar 3,90% terhadap triwulan IV 2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44%. Ditinjau dari sisi perdagangan internasional, ekspor produk makanan dan minuman sampai dengan triwulan I 2022 menembus USD10,92 miliar dan mengalami neraca perdagangan yang positif dibandingkan dengan impor produk makanan dan minuman pada periode yang sama sebesar USD3,92 miliar (kemenperin.go.id).

Industri makanan dan minuman mempunyai peranan penting dalam kontribusi industri pengolahan nonmigas. Ditahun 2020 total nilai ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD 131,17 miliar atau menyumbang 23,78% terhadap ekspor industri pengolahan nonmigas. Ditengah pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar

2,52%. Namun demikian industri makanan dan minuman masih tetap tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020. Pada triwulan I tahun 2022, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor penting yang menunjang industri pengolahan nonmigas. Industri makanan dan minuman menyumbang lebih dari sepertiga atau sebesar 37,77% dari PDB (Produk Domestik Bruto) industri pengolahan nonmigas (kemenperin.go.id).

Menurut badan pusat statistika kinerja industri makanan dan minuman cenderung mengalami tren meningkat. Pada kuartal II tahun 2022 produk domestik bruto meningkat sebesar Rp. 200,26 triliun. Jumlah itu meningkat 3,68% dari periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp. 193,16 triliun. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor penting yang menunjang kinerja industri pengolahan nonmigas kuartal II tahun 2022. Industri ini menyumbang 38,5% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas (dataindonesia.id).

Selama masa pandemi covid-19 industri makanan dan minuman cukup kuat dalam mempertahankan kinerjanya, pencapaian kinerja pada kuartal I tahun 2021 mencapai 2,45% menjadi salah satu yang tertinggi di sektornya. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistika) industri makanan dan minuman merupakan yang paling banyak menyerap tenaga kerja saat pandemi covid-19 dengan proporsi mencapai 3,75% naik 0,01% pada 2020 dibanding tahun 2019 sebesar 3,74%. Industri makanan dan minuman juga menjadi andalan investor untuk berinvestasi, tercatat pada semester I realisasi investasi di sektor industri makanan sebesar Rp. 36,6 triliun meningkat 23,6% dibanding semester I tahun 2020. Nilai investasi di industri makanan menjadi yang terbesar kelima dari seluruh sektor yang ada.

Selain itu produktivitas industri makanan dan minuman tetap berjalan dengan baik. Kinerja industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif di tengah melemahnya daya beli masyarakat lantaran produk industri makan dan minuman masih menjadi prioritas selama masa pandemi (katadata.co.id).

Berdasarkan bukti kinerja perusahaan makanan dan minuman dari tahun ke tahun yang baik maka hal tersebut tentu berdampak pada keuntungan perusahaan yang meningkat. Perusahaan dengan keuntungan yang tinggi dapat memperpanjang kehidupan perusahaan dan dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Sembiring & Trisnawati (2019) harga saham mencerminkan nilai yang dimiliki perusahaan serta kemakmuran investor. Rendahnya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan dan berakibat pada ketidakpercayaan investor terhadap perusahaan, sedangkan harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik.

Kinerja perusahaan yang baik akan menghasilkan laporan keuangan yang baik sehingga investor percaya terhadap perusahaan. Investor yang percaya kepada perusahaan akan menanamkan modalnya untuk mengharapkan *return* yang tinggi, hal tersebut akan meningkatkan harga saham perusahaan di pasar modal. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur investor dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan terpenuhinya kesejahteraan pemegang saham (Hendrani & Septyanto, 2021).

Melihat visi dan misi sebuah perusahaan tentu memiliki suatu tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu memperoleh laba dari hasil penjualannya, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan menciptakan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik memiliki prospek masa depan yang baik akan menarik perhatian investor terhadap perusahaan.

Sembiring & Trisnawati (2019) menyebutkan bahwa nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti dengan tingginya harga saham serta kemakmuran investor. Nilai perusahaan diperlukan investor untuk mengambil keputusan investasi. Investor menilai bahwa tingkat keberhasilan perusahaan sering dikaitkan dengan penawaran maupun permintaan yang mempengaruhi pergerakan harga dipasar modal. *Price to book value* menjadi salah satu rasio pengukuran yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai masyarakat atau para pemegang saham. Rasio ini memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan (Idawati, 2018).

Nilai perusahaan bisa dilihat dari nilai *price to book value* (PBV) sebuah perusahaan. *Price to book value* dapat menggambarkan jumlah apresiasi investor pada saham berdasarkan nilai buku per lembar sahamnya (Vanessa & Osesoga, 2021). Berikut tabel data *price to book value* perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.

Tabel 1.1

**Data Price To Book Value Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021**

No	Kode	<i>Price To Book Value</i>				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	AALI	1,35	1,17	1,48	1,23	0,86
2	ADES	1,29	1,15	1,09	1,23	2,00
3	AGAR	-	-	3,62	3,74	3,39
4	AISA	-	0,16	0,33	2,25	2,18
5	ALTO	2,03	2,26	2,29	1,81	1,69
6	ANDI	-	1,52	1,80	1,98	1,88
7	ANJT	-	-	-	-	-
8	BEEF	-	3,18	1,97	41,59	-0,82
9	BISI	2,45	2,18	1,36	1,26	1,09
10	BOBA	-	-	-	-	-
11	BTEK	-	-	-	-	-
12	BUDI	-	-	-	-	0,58
13	BWPT	0,95	0,89	1,07	1,30	1,13
14	CAMP	8,32	2,30	2,35	1,85	1,67
15	CEKA	0,85	0,84	0,88	0,84	0,81
16	CLEO	1,12	5,36	7,91	6,71	5,63
17	CMRY	-	-	-	-	5,74

18	COCO	-	-	-	5,56	1,17
19	CPIN	3,13	6,11	5,06	4,58	3,88
20	CPRO	-1,67	4,42	9,04	4,21	1,04
21	CSRA	-	-	0,93	1,35	0,73
22	DLTA	3,21	3,43	4,49	3,45	2,96
23	DPUM	0,83	0,38	0,43	0,31	0,34
24	DSFI	1,22	1,03	0,94	0,79	0,56
25	DSNG	1,39	1,19	1,31	1,04	0,84
26	ENZO	-	-	-	-	0,69
27	FAPA	-	-	-	2,62	3,27
28	FISH	-	-	-	-	-
29	FOOD	-	-	1,04	1,19	1,48
30	GOOD	-	1,11	0,81	0,65	0,60
31	GZCO	-	-	-	-	-
32	HOKI	1,05	0,77	0,87	-	-
33	ICBP	5,11	5,37	4,88	2,22	1,85
34	IKAN	-	-	5,06	1,77	1,12
35	INDF	1,42	1,31	1,28	0,76	0,64
36	IPPE	-	-	-	-	3,10
37	JAWA	0,66	0,76	0,89	1,52	4,56
38	JPFA	1,83	2,62	1,67	1,51	1,54
39	KEJU	-	-	3,24	4,61	-

40	LSIP	1,18	1,02	1,19	1,01	0,79
41	MAGP	-	-	-	-	-
42	MAIN	1,46	1,65	1,11	0,84	0,73
43	MGRO	-	5,26	4,51	4,65	4,26
44	MLBI	-	-	-	-	-
45	MTRA	-	-	-	-	-
46	MYOR	6,14	6,86	4,63	5,38	4,02
47	NASI	-	-	-	-	3,09
48	OILS	-	-	-	-	2,00
49	PALM	1,16	1,15	0,69	0,64	1,06
50	PANI	-	1,82	1,16	1,19	16,85
51	PGUN	-	-	-	1,68	1,26
52	PMMP	-	-	-	-	-
53	PSDN	1,23	1,14	1,25	1,56	-
54	PSGO	-	-	3,20	1,85	2,86
55	ROTI	0,83	0,68	0,70	0,45	0,40
56	SGRO	1,14	1,07	1,04	0,77	0,79
57	SIMP	0,39	0,39	0,38	0,45	0,36
58	SIPD	1,57	1,63	1,24	2,23	2,89
59	SKBM	1,21	1,16	0,68	0,58	0,63
60	SKLT	2,47	3,26	2,93	2,66	3,12
61	SMAR	0,85	0,95	1,09	0,95	0,87

62	SSMS	3,42	2,93	1,99	2,44	1,50
63	STTP	-	2,98	2,74	4,66	-
64	TAPG	-	-	-	-	-
65	TAYS	-	-	-	-	1,46
66	TBLA	1,54	0,97	0,99	0,85	0,65
67	TGKA	2,22	2,47	2,30	4,18	3,65
68	ULTJ	3,56	3,27	3,43	3,48	3,18
69	UNSP	-0,16	-0,19	-0,05	-0,04	-0,04
70	WAPO	1,29	0,57	1,14	1,09	2,92
71	WMPP	-	-	-	-	1,95
72	WMUU	-	-	-	4,63	1,50

Sumber : *Annual report*, 2023.

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan nilai *price to book value* perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman mengalami penurunan nilai perusahaan secara berturut-turut. Dari 72 perusahaan, terdapat 20 perusahaan mengalami penurunan nilai *price to book value* dari tahun 2017-2021 yaitu AALI, ALTO, BISI, CAMP, CPIN, DLTA, DPUM, DSFI, DSNG, ICBP, INDF, JPFA, LSIP, MAIN, ROTI, SGRO, SIMP, SKBM, SSMS, dan TBLA. Terdapat 9 perusahaan yang mempunyai nilai *price to book value* tahun 2017-2021 yang berfluktuatif yaitu CEKA, CPRO, MYOR, PALM, SKLT, SMAR, ULTJ, UNSP, dan WAPO. Data menunjukan terdapat 6 perusahaan yang memiliki nilai *price to book value* cenderung meningkat dari tahun 2017-2021 yaitu ADES, BWPT, CLEO, JAWA, SIPD dan TGKA. Terdapat 37 perusahaan

yang tidak ditemukan annual report lengkap dari tahun 2017-2021 yaitu AGAR, AISA, ANDI, ANJT, BEEF, BOBA, BTEK, BUDI, CMRY, COCO, CSRA, ENZO, FAPA, FISH, FOOD, GOOD, GZCO, HOKI, IKAN, IPPE, KEJU, MAGP, MGRO, MLBI, MTRA, NASI, OILS, PANI, PGUN, PMMP, PSDN, PSGO, STTP, TAPG, TAYS, WMMP, dan WMUU.

Nilai perusahaan di ukur dengan rasio *price to book value* yang turun bisa menjadikan masalah karena akan kehilangan daya di pasar modal. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan investor cenderung berfikir dua kali untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang mempunyai nilai rendah (Sembiring & Trisnawati, 2019). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan mengalami penurunan, diantaranya yaitu struktur modal yang dipakai perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *return on asset*, dan kebijakan dividen.

Struktur modal menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ramdhonah et al. (2019) menyebutkan bahwa suatu perusahaan dalam kondisi yang baik harus peka terhadap penggunaan hutang, penggunaan hutang sebagai modal usaha dapat mempercepat perkembangan perusahaan. Hutang dengan proporsi yang pas untuk menghasilkan *return* yang sesuai akan mendorong investor percaya perusahaan memiliki prospek yang bagus dimasa depan. Sintyana & Artini (2019) menjelaskan bahwa penggunaan utang merupakan tanda atau sinyal positif dari perusahaan kepada investor, karena hutang perusahaan akan lebih bijak dalam pengelolaan serta mendorong pentingnya manajemen yang baik sebab investor menghargai nilai saham lebih

besar dari pada nilai perusahaan yang tercatat di neraca. Struktur modal yang baik yaitu struktur modal yang dapat mengoptimalkan kesetaraan antara risiko dan pengembalian sehingga dapat mempertahankan harga saham.

Struktur modal dapat diproyeksikan dengan *debt to equity ratio*, rasio ini menggambarkan perbandingan antara utang terhadap ekuitas yang dimiliki sebuah perusahaan (Fahmi, 2017:184). Berikut tabel *debt equity ratio* dan *price to book value* perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021.

Tabel 1.2

**Nilai DER dan PBV pada Limabelas Perusahaan
Sub Sektor Makanan Dan Minuman Tahun 2017-2021**

No.	Perusahaan	Tahun	DER	PBV
1.	AALI	2017	0,34	1,35
		2018	0,38	1,17
		2019	0,42	1,48
		2020	0,44	1,23
		2021	0,44	0,86
2.	BISI	2017	0,19	2,45
		2018	0,20	2,18
		2019	0,27	1,36
		2020	0,19	1,26
		2021	0,15	1,09
		2017	0,54	0,85
		2018	0,20	0,84

3.	CEKA	2019	0,23	0,88
		2020	0,24	0,84
		2021	0,22	0,81
4.	CPIN	2017	0,56	3,13
		2018	0,43	6,11
		2019	0,39	5,06
		2020	0,33	4,58
		2021	0,41	3,88
5.	DLTA	2017	0,17	3,21
		2018	0,19	3,43
		2019	0,18	4,49
		2020	0,20	3,45
		2021	0,30	2,96
6.	DSNG	2017	1,55	1,39
		2018	2,21	1,19
		2019	2,11	1,31
		2020	1,27	1,04
		2021	0,95	0,84
7.	ICBP	2017	0,56	5,11
		2018	0,51	5,37
		2019	0,45	4,88
		2020	1,06	2,22

		2021	1,16	1,85
8.	INDF	2017	0,88	1,42
		2018	0,93	1,31
		2019	0,77	1,28
		2020	1,06	0,76
		2021	1,07	0,64
		2021	1,07	0,64
9.	JPFA	2017	1,40	1,83
		2018	1,33	2,62
		2019	1,28	1,67
		2020	1,27	1,51
		2021	1,18	1,54
10.	LSIP	2017	0,20	1,18
		2018	0,20	1,02
		2019	0,20	1,19
		2020	0,18	1,01
		2021	0,17	0,79
11.	MYOR	2017	1,03	6,14
		2018	1,06	6,86
		2019	0,92	4,63
		2020	0,75	5,38
		2021	0,75	4,02
		2017	0,62	0,83

12.	ROTI	2018	0,51	0,68
		2019	0,51	0,70
		2020	0,38	0,45
		2021	0,47	0,40
13.	SKLT	2017	1,07	2,47
		2018	1,20	3,26
		2019	1,08	2,93
		2020	0,90	2,66
		2021	0,64	3,12
14.	TBLA	2017	2,37	1,54
		2018	2,42	0,97
		2019	2,24	0,99
		2020	2,30	0,85
		2021	2,25	0,65
15.	TGKA	2017	1,71	2,22
		2018	1,79	2,47
		2019	1,15	2,30
		2020	1,10	4,18
		2021	0,93	3,65

Sumber : *Annual report*, 2023.

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan data rasio DER dan PBV perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2021. Perusahaan AALI (Astra Agro Lestari Tbk.) menunjukkan rasio

DER yang meningkat dari tahun 2017 sebesar 0,34 menjadi 0,44 pada tahun 2021, tetapi nilai PBV perusahaan menurun dari 1,35 pada tahun 2017 menjadi 0,86 ditahun 2021. Hal yang sama dialami perusahaan DLTA (Delta Djakarta Tbk.) yang memiliki rasio DER pada tahun 2017 sebesar 0,17 meningkat menjadi 0,30 pada tahun 2021, tetapi nilai PBV perusahaan turun dari 3,21 pada tahun 2017 menjadi 2,96 ditahun 2021. Perusahaan ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.) pada tahun 2021 rasio DER perusahaan meningkat menjadi 1,16 terhadap tahun 2017 sebesar 0,56, sedangkan nilai PBV perusahaan turun dari 5,11 ditahun 2021 menjadi 1,85 ditahun 2017. Fenomena ini tidak sejalan dengan teori Sintyana & Artini (2019) yang mengatakan penggunaan utang sebagai tanda atau sinyal positif dari perusahaan kepada investor untuk menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai perusahaan yang tercatat di neraca, sehingga nilai perusahaan tinggi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Siregar et al. (2019) perusahaan yang besar memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan usaha yang luas dan terdiferensiasi. Perusahaan besar dikatakan memiliki keuangan yang stabil yaitu perusahaan yang mampu mengalokasikan sumber dananya untuk keberlangsungan operasi perusahaan dan bisa mengatasi permasalahan di masa depan. Ukuran perusahaan menentukan kepercayaan pihak eksternal (investor dan kreditor), jika ukuran perusahaan besar maka investor akan percaya terhadap kinerja perusahaan yang memberikan keuntungan stabil, disisi lain kreditor akan memudahkan pinjaman modal untuk perusahaan karena jaminan aset besar yang dimiliki perusahaan, dalam hal ini

maka perusahaan dipandang memiliki nilai yang tinggi jika perusahaan tersebut mempunyai ukuran yang besar.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya besarnya ekuitas yang dimiliki perusahaan, hasil penjualan, dan total aktiva perusahaan. Total aktiva yang besar menggambarkan perusahaan yang mapan. Perusahaan yang mapan memiliki arus kas yang positif dan dalam kurun waktu yang lama sehingga dapat menguntungkan di masa depan.

Tabel 1.3

**Nilai LN Total Aset dan PBV pada Limabelas Perusahaan
Sub Sektor Makanan Dan Minuman Tahun 2017-2021**

No.	Perusahaan	Tahun	LN (Σ Aset)	PBV
1.	AALI	2017	30,85	1,35
		2018	30,92	1,17
		2019	30,93	1,48
		2020	30,96	1,23
		2021	31,05	0,86
2.	BISI	2017	28,60	2,45
		2018	30,95	2,18
		2019	28,71	1,36
		2020	28,70	1,26
		2021	28,77	1,09
		2017	27,96	0,85
		2018	27,79	0,84

3.	CEKA	2019	27,96	0,88
		2020	28,08	0,84
		2021	28,16	0,81
4.	CPIN	2017	30,83	3,13
		2018	30,95	6,11
		2019	31,01	5,06
		2020	31,07	4,58
		2021	31,20	3,88
5.	DLTA	2017	27,92	3,21
		2018	28,05	3,43
		2019	27,99	4,49
		2020	27,83	3,45
		2021	27,90	2,96
6.	DSNG	2017	29,77	1,39
		2018	30,09	1,19
		2019	30,08	1,31
		2020	30,28	1,04
		2021	30,25	0,84
7.	ICBP	2017	31,08	5,11
		2018	31,17	5,37
		2019	31,29	4,88
		2020	32,27	2,22

		2021	32,40	1,85
8.	INDF	2017	32,11	1,42
		2018	32,20	1,31
		2019	32,20	1,28
		2020	32,73	0,76
		2021	32,82	0,64
9.	JPFA	2017	30,62	1,83
		2018	30,77	2,62
		2019	30,86	1,67
		2020	33,19	1,51
		2021	30,98	1,54
10.	LSIP	2017	29,92	1,18
		2018	29,94	1,02
		2019	29,96	1,19
		2020	30,03	1,01
		2021	30,10	0,79
11.	MYOR	2017	30,33	6,14
		2018	30,50	6,86
		2019	30,58	4,63
		2020	30,62	5,38
		2021	30,62	4,02
		2017	29,15	0,83

12.	ROTI	2018	29,11	0,68
		2019	29,17	0,70
		2020	29,12	0,45
		2021	29,06	0,40
13.	SKLT	2017	27,18	2,47
		2018	27,34	3,26
		2019	27,40	2,93
		2020	27,37	2,66
		2021	27,51	3,12
14.	TBLA	2017	30,30	1,54
		2018	30,42	0,97
		2019	30,49	0,99
		2020	30,60	0,85
		2021	30,68	0,65
15.	TGKA	2017	28,70	2,22
		2018	28,88	2,47
		2019	28,73	2,30
		2020	28,84	4,18
		2021	28,86	3,65

Sumber : *Nnual report*, 2023.

Pada tabel 1.3 diatas menunjukkan nilai LN totas aset dan nilai PBV perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021. Perusahaan AALI (Astra Agro Lestari Tbk.) pada tahun 2017

memiliki nilai LN sebesar 30,85 naik menjadi 31,05 ditahun 2021, tetapi nilai PBV perusahaan mengalami penurunan, pada tahun 2017 sebesar 1,35 menjadi 0,86 di tahun 2021. Kejadian yang sama dialami perusahaan ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.), nilai LN perusahaan pada tahun 2017 sebesar 31,08 naik menjadi 32,40 di tahun 2021, tetapi nilai PBV perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 5,11 turun menjadi 1,85 ditahun 2021. Perusahaan INDF (Indofood Sukses Makmur Tbk.), memiliki nilai LN sebesar 32,11 pada tahun 2017 naik menjadi 32,82 ditahun 2021, tetapi perusahaan mengalami penurunan nilai PBV pada tahun 2017 sebesar 1,42 menjadi 0,64 ditahun 2021. Fenomena ini tidak sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Prasetya Margono & Gantino (2021) bahwa semakin besar suatu perusahaan maka memiliki tingkat aktiva tambahan yang tinggi sehingga dapat memperoleh keuntungan atau laba yang akan mempengaruhi dan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode awal ke periode selanjutnya (Dewi & Sujana, 2019). Pertumbuhan mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan mempertahankan posisi bisnisnya untuk mengembangkan ekonomi dan industri dalam operasionalnya. Pertumbuhan yang signifikan diharapkan oleh pihak internal dan eksternal perusahaan karena pertumbuhan yang baik menandakan perusahaan berkembang baik. Amar et al. (2021) menjelaskan bahwa investor memandang pertumbuhan perusahaan sebagai aspek yang penting dalam menunjukkan keuntungan yang diperoleh, sehingga investor mempunyai

ekspektasi tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan sebagai bukti suatu perkembangan perusahaan yang baik. Hal ini menjadi sinyal pertanda bahwa dimasa depan perusahaan akan bertahan dengan pertumbuhan yang positif dan keadaan nilai perusahaan yang baik.

Nilai Perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *return on asset* perusahaan. *Return on asset* yaitu rasio untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memperoleh tingkat keuntungan pengembalian atas seluruh aset yang digunakan perusahaan. Utami & Welas (2019) mendefinisikan bahwa *return on asset* merupakan rasio seberapa besar hasil kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Hasil ROA menggambarkan sejauh mana perusahaan mengoptimalkan penggunaan asetnya untuk memperoleh laba. Perhitungan ROA menggunakan rumus perbandingan antar *net income* terhadap total aset.

Udjali et al. (2021) menjelaskan bahwa semakin besar nilai *return on asset* menunjukkan keuntungan atau laba yang didapatkan perusahaan semakin besar dalam hal pengoptimalan aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan manajemen yang baik tentu mengalokasikan dan mengoptimalkan dananya dengan bijak sehingga hal ini akan menjadi nilai positif terhadap perusahaan. Investor akan percaya dan yakin jika *return on asset* yang tinggi akan menguntungkan dimasa depan. Investor menilai perusahaan mampu menggunakan asetnya dengan baik untuk menciptakan *return* yang besar. Keadaan tersebut menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan dengan nilai *return on asset* yang tinggi.

Kebijakan dividen juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena kebijakan dividen berkaitan dengan keputusan yang diambil oleh perusahaan mengenai apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham atau ditahan untuk keperluan investasi dimasa depan. Dwianggoro (2022) menjelaskan kebijakan dividen merupakan pertimbangan bagaimana rencana perusahaan memanfaatkan pendapatannya untuk pembagian dividen atau investasi perusahaan. Kebijakan dividen seringkali sebagai sinyal investor dalam memandang perusahaan. Semakin besar dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Dividen yang besar menjadikan faktor yang memotivasi investor dalam berinvestasi, dengan keadaan tersebut perusahaan mendapat kepercayaan dari investor sehingga struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *return on asset*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti, namun terdapat perbedaan hasil penelitian (*research gap*).

Penelitian yang dilakukan oleh Dwianggoro (2022) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Setiawan et al. (2020) yang menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kehek et al. (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan,

sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Setiawan et al. (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Dolontelide & Wangkar (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Amar et al. (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian dari Arianto (2022) menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian dari Kehek et al. (2021) yang menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian dari Wiwi Idawati (2018) menghasilkan *return on asset* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya Margono & Gantino (2021) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian dari Nauli et al. (2021) kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Christnova et al. (2019) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan fenomena yang terjadi maka diperlukan untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti tertarik meneliti kembali dengan judul “ Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Return On Asset*, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical*s Sub

Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021”.

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup yang diterapkan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel independen pada penelitian ini yaitu struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *return on asset*, dan kebijakan dividen.
2. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan.
3. Objek penelitian ini yaitu perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
4. Periode tahun penelitian selama 5 tahun yaitu pada tahun 2017-2021.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah, diantaranya :

1. Terdapat ketidaksesuaian antara kinerja perusahaan yang meningkat dengan nilai perusahaan yang menurun pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021.
2. Nilai *price to book value* yang menurun menjadikan investor berfikir dua kali untuk menanamkan modalnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Apakah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?
- 2 Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?
- 3 Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?
- 4 Apakah *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?
- 5 Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?
- 6 Apakah secara simultan struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *return on asset*, kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021 ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
3. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
4. Menganalisis pengaruh *return on asset* terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
5. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.
6. Menganalisis pengaruh secara simultan struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *return on asset*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi investor

Penelitian ini sebagai salah satu acuan pertimbangan terhadap keputusan yang akan diambil investor di waktu yang akan datang.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini bisa sebagai dorongan bagi perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang optimal dan sukses di masa depan.

3. Bagi peneliti

Dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penciptaan nilai perusahaan.

4. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan luas dan dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya terkait variabel apa saja yang dapat mempengaruhi penciptaan nilai perusahaan.