

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini perusahaan diwajibkan untuk mempunyai daya saing yang kuat agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mewujudkan tujuan perusahaan. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mewujudkan tujuan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis saat ini, maka dibutuhkan suatu penanganan dan pengelolaan sumber daya yang dilakukan oleh pihak manajemen dengan baik. Pihak manajemen dituntut untuk dapat mengkoordinasi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efisien dan efektif. selain itu, dituntut untuk dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang pencapaian tujuan perusahaan di masa yang akan datang.

Pada umumnya perusahaan didirikan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Dalam tujuan jangka pendek yaitu untuk mencapai keuntungan yang maksimal dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jika profitabilitas suatu perusahaan baik maka nilai perusahaan juga baik. Terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas dan nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yaitu

ukuran perusahaan dan rasio Aktivitas sedangkan faktor eksternal yaitu inflasi dan suku bunga.

Ukuran perusahaan di lihat dari besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut UU No.20 tahun 2008 pengklasifikasi ukuran perusahaan ada empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang biasanya dapat dilihat dari total asset dan total penjualan perusahaan. perusahaan yang berukuran skala besar mempunyai berbagai kelebihan dibandingkan dengan perusahaan berukuran skala kecil. Perusahaan skala besar dapat menghasilkan produk dengan harga yang rendah, karena berproduksi pada skala ekonomis, selain itu perusahaan berukuran skala besar diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari barang yang diproduksi, karena semakin besar tingkat penjualan, maka semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mengoperasikan dana yang dimiliki menggunakan rasio aktivitas. Rasio aktivitas (*activity ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya (Kasmir 2016:172). Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana efektivitas dari aset perusahaan dengan melihat aktivitas aset. Indikator rasio aktivitas penelitian ini yaitu Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan. Dimana perputaran piutang untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode dan Perputaran Persediaan untuk menghitung berapa hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang. Jika perputaran

piutang dan perputaran persediaan ini semakin besar tingkat rasionya maka semakin besar tingkat penjualan, dengan penjualan yang meningkat dapat mempengaruhi Profitabilitas dan nilai perusahaan.

Selain itu terdapat pengaruh dari pihak eksternal perusahaan selain para investor yaitu tentang isu mengenai makro ekonomi, dimana makro ekonomi adalah bidang ilmu ekonomi yang mengkaji fenomena perekonomian secara menyeluruh. Kondisi makro secara umum diindikasikan oleh Indikator di penelitian ini yaitu inflasi dan tingkat suku bunga. Inflasi merupakan kecenderungan kenaikan tingkat harga umum secara terus menerus dalam periode tertentu. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak bisa disebut inflasi. Kecuali bila kenaikan tersebut meluas dan mengakibatkan sebagian besar dari harga barang-barang lain juga ikut naik. Inflasi yang tinggi akan mengakibatkan daya beli masyarakat menurun dan mempengaruhi kenaikan tingkat suku bunga. Besar kecilnya laju inflasi akan mempengaruhi tingkat suku bunga dan kinerja keuangan perusahaan khususnya dari sisi profitabilitas juga akan mengakibatkan penurunan sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan yang juga akan menurun.

Profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada (Harahap 2015:304). Profitabilitas dapat dijadikan gambaran bagaimana kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Untuk mencapai tujuan perusahaan dapat dilihat dari penggunaan aktiva yang dimiliki. Profit yang semakin baik, akan membuat investor semakin percaya untuk menanamkan modalnya pada

perusahaan. Untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return On Investment (ROI)* dan *Return On Equity (ROE)*. Dimana *Return On Investment (ROI)* rasio yang menunjukkan hasil (Return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan dan *Return On Equity (ROE)* rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, jika nilai perusahaan baik maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor tetapi jika nilai perusahaan buruk maka perusahaan akan dipandang buruk oleh para calon investor. Pihak manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya karena dengan nilai perusahaan yang semakin meningkat maka perusahaan akan meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan yang meningkat menjadi keinginan para pemegang saham, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi sehingga tingkat profitabilitas meningkat. Harga saham digunakan sebagai proksi nilai perusahaan karena harga saham merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila investor ingin memiliki suatu bukti kepemilikan atas suatu perusahaan. Untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan Rasio *Price Earning Ratio (PER)* dimana Rasio ini mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang akan diperoleh oleh para pemegang saham. Rasio *Price to Book Value (PBV)* Rasio ini mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya.

Perusahaan sektor makanan dan minuman adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur yang mengelola bahan baku menjadi barang jadi dan dikonsumsi oleh masyarakat. Perusahaan sektor makanan dan minuman salah satu sektor perusahaan yang dapat bertahan dan tidak berpengaruh terhadap krisis global yang terjadi di Indonesia, karena perusahaan sektor makanan dan minuman adalah perusahaan yang menawarkan kebutuhan dasar konsumen.

Fenomena yang terjadi antara lain kondisi ROI dan ROE pada perusahaan makanan dan minuman mengalami ketidakstabilan sehingga mengalami fluktuasi. Secara tabel data rata-rata *Return on Investment (ROI)* dan *Return on Equity (ROE)* perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada laporan keuangan perusahaan periode 4 tahun pada tahun 2013-2016.

Tabel 1.1

Perkembangan *Return on Investment (ROI)* dan *Return on Equity (ROE)* pada Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2013-2016

Kode Emiten	ROA				ROE			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
CEKA	6,08	3,19	7,17	9,07	12,32	7,63	16,65	17,45
DLTA	31,2	29,04	18,5	15,2	39,98	37,68	22,6	18,54
ICBP	10,51	10,16	11,01	10,47	19,04	16,83	17,84	16,56
INDF	4,38	5,99	4,04	4,44	8,9	12,84	8,6	9,13
MLBI	65,72	35,63	23,65	28,6	118,6	143,43	64,83	130,42
MYOR	10,9	3,98	11,02	7,42	26,87	9,99	24,07	15,99
ROTI	8,67	8,8	10	7,28	20,07	19,64	22,76	15,02
SKLT	3,79	4,97	5,32	3,9	8,19	10,75	13,2	8,99
ULTJ	11,56	9,71	14,78	13,92	16,13	12,51	18,7	16,6
Rata-Rata Sektor	16,98	12,39	11,72	11,14	30,01	30,14	23,25	27,63

Sumber : Kinerja perusahaan makanan dan minuman di BEI

Dari tabel 1.1 terlihat nilai ROI dari tahun 2013-2016 cenderung menurun terus menerus. Hal ini berarti perusahaan kurang mampu menghasilkan keuntungan dan cenderung mengalami kerugian. Tahun 2013 merupakan tahun yang memiliki nilai rata-rata ROI tertinggi dengan presentase 16,98 namun pada tahun 2014 nilai rata-rata ROI mengalami penurunan menjadi presentase 12,39 namun pada tahun 2015 dan 2016 nilai rata-rata ROI mengalami penurunan menjadi 11,72 dan 11,11. Nilai ROE pada perusahaan makanan dan minuman mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013 merupakan tahun yang memiliki nilai rata-rata dengan presentase 30,01, sedangkan tahun 2014 nilai rata-rata ROI mengalami kenaikan menjadi 30,14, namun tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 23,25, namun pada tahun 2016 perusahaan makanan dan minuman mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya dengan nilai ROE 27,63. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang mana menjadi salah satu aspek yang menggambarkan kinerja yang memuaskan bagi investor khususnya bagi perusahaan dalam hal profitabilitas perusahaan. Semakin besar nilai rasio ini menandakan perusahaan semakin baik dalam mengelola profitabilitas dan itu berpengaruh terhadap nilai perusahaan, jika nilai perusahaan semakin baik, maka harga saham pada perusahaan lebih mahal dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki nilai perusahaan lebih kecil. Apabila nilai perusahaan kecil maka para investor akan meninggalkan perusahaan karena perusahaan tidak bisa memenuhi kesejahteraan para investor.

Penelitian yang berhubungan dengan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh novi sagita ambarwati (2015)

dan penelitian Moh. Rifai, dkk (2012), membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian A.A.Wela Yulia Putra (2015) dan Linda Ratnasari (2016) membuktikan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Dan Sedangkan penelitian yang berhubungan dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fauziah marwah noor (2014) dan penelitian Ni putu Yuni Pratiwi (2016), membuktikan ukuran perusahaan terdapat pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan penelitian Hazlina Safitri (2015) membuktikan ukuran perusahaan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang berhubungan dengan rasio aktivitas terhadap Profitabilitas diantaranya penelitian yang dilakukan oleh novi sagita ambarwati (2015) membuktikan aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang berhubungan dengan rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan diantaranya penelitian Ista Yansi Rinnaya (2016) membuktikan bahwa secara parsial rasio aktivitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang berhubungan dengan makro ekonomi terhadap Profitabilitas diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tedi Sandika (2011) membuktikan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi, sedangkan penelitian yang berhubungan dengan makro ekonomi terhadap nilai perusahaan membuktikan faktor ekonomi makro berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten yaitu penelitian novi sagita ambarwati (2015) dan Moh. Rifai, dkk

(2012), membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian A.A.Wela Yulia Putra (2015) dan Linda Ratnasari (2016) membuktikan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fauziah marwah noor (2014) dan penelitian Ni putu Yuni Pratiwi (2016), membuktikan ukuran perusahaan terdapat pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan penelitian Hazlina Safitri (2015) membuktikan ukuran perusahaan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul “ ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN, RASIO AKTIVITAS DAN MAKRO EKONOMI TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR MAKANAN DAN MINUMAN PERIODE TAHUN 2013-2016 ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?

3. Apakah Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?
4. Apakah Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?
5. Apakah Makro ekonomi berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?
6. Apakah Makro ekonomi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?
7. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016
2. Untuk menganalisa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016

3. Untuk menganalisa Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016
4. Untuk menganalisa Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016
5. Untuk menganalisa Makro ekonomi berpengaruh terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016
6. Untuk menganalisa Makro ekonomi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016
7. Untuk Menganalisa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman periode tahun 2013-2016 ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan tentang analisis ukuran perusahaan, rasio aktivitas dan makro ekonomi terhadap profitabilitas serta nilai perusahaan selain itu bermanfaat untuk menambah literatur ataupun bahan acuan bagi penelitian selanjutnya terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang pengaruh profitabilitas dan nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat untuk dapat memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen dan atau kebijaksanaan perusahaan untuk kepentingan perusahaan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Investor

Penelitian ini bermanfaat dalam memberikan gambaran bagi investor mengenai trend yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman selama periode 2013-2016 dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut.

4. Bagi Universitas

Sebagai bahan bacaan untuk melengkapi perpustakaan Universitas maupun Fakultas dan diharapkan berguna sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang ingin membahas permasalahan ini.