



**KOLOKIUUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI MANAJEMEN
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

| | |
|----------------|--|
| NAMA | : Destri Aisya Putri, Donna Arnika, Ni Putu Yeni Rahayu |
| NPM | : 1612110469, 1612110345, 1612110055 |
| KELAS | : P 04 |
| PROGRAM STUDI | : S1 Manajemen |
| KONSENTRASI | : Manajemen Keuangan |
| JUDUL | : Analisis <i>Profitabilitas</i> , Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor <i>Consumer Goods</i> Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2018 |
| DOSEN PENGAMPU | : Susanti, S.E.,M.M |
| HARI/TANGGAL | : 23 Januari 2020 |
| WAKTU | : 07.00 sd 16.00 |
| TEMPAT | : Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya |

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan antar perusahaan industri sangatlah ketat tidak hanya pada persaingan domestik namun juga persaingan Internasional. Dengan adanya persaingan ini perusahaan dituntut harus dapat meningkatkan kinerjanya agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sedangkan untuk tujuan jangka panjang perusahaan mengutamakan dengan memaksimalkan nilai perusahaan.

Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu membutuhkan barang-barang yang siap pakai untuk memenuhi kebutuhan misal adalah makanan ringan, alat kebersihan, kosmetik dan keperluan rumah tangga demi terpenuhinya kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Perusahaan industri barang konsumsi ini sangatlah banyak di Indonesia, terhitung pertumbuhannya pula sangat pesat. Selain itu perusahaan yang memproduksi barang-barang ini sangat mendukung perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu perusahaan ini harus menjaga kestabilan perusahaannya baik dari segi manajemen perusahaan, produksi, pemasaran, dan keuangannya.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan berasal dari rasio keuangan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

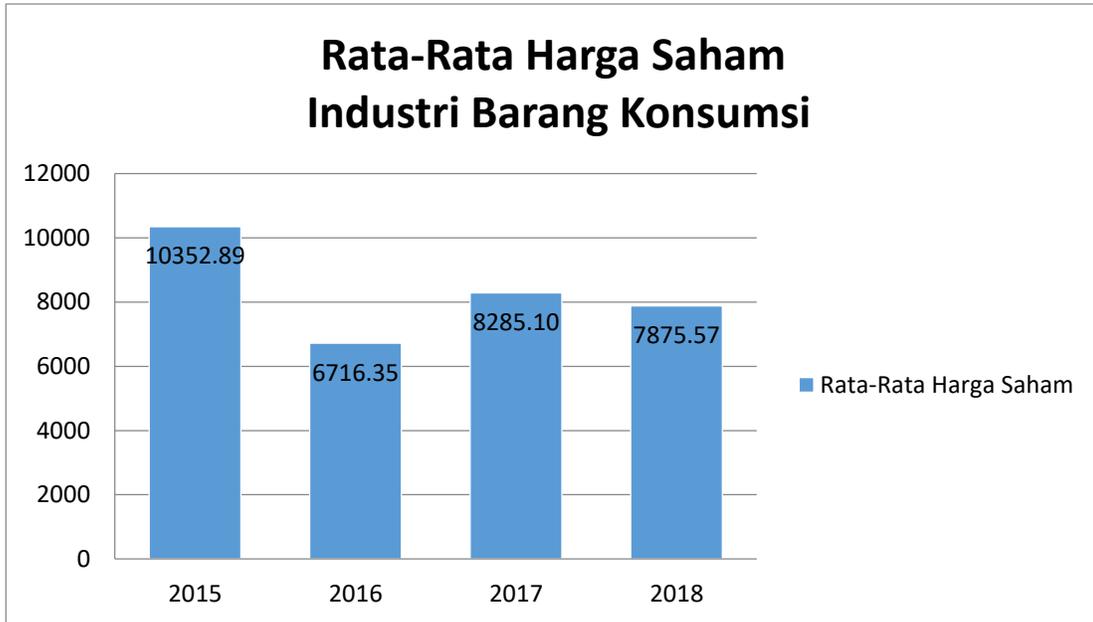
Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba biasa disebut *profitabilitas*. *Profitabilitas* memiliki arti penting dalam menggambarkan kemampuan kinerja perusahaan. Semakin tinggi *profitabilitas* semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola modal yang ia miliki untuk menghasilkan laba dan sebaliknya. Tingkat laba yang tinggi juga akan semakin menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini yang dapat menyebabkan harga saham menjadi meningkat, yang berarti meningkatnya nilai perusahaan.

Menurut Safrida (2008) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan. Kusumajaya (2011) memberikan bukti empiris bahwa pertumbuhan aset dapat meningkatkan nilai perusahaan akibat adanya harapan investor atas keuntungan yang diperoleh di masa depan.

Mirae Aseets Sekuritas Indonesia (2018) dalam riset yang dipublikasikan hasil risetnya menilai bahwa pertumbuhan industri barang konsumsi yang ada di Indonesia sedang mengalami perlambatan dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab perlambatan pada sektor yang biasa disebut Fast Moving Consumer Good/ FMCG. Diantaranya adalah persaingan antar perusahaan yang semakin ketat dan memanas yang melibatkan berbagai merek lokal maupun impor. Selain data diatas, fenomena tersebut juga didukung dari artikel (CNBC Indonesia, 2019), PT. Unilever Tbk menyampaikan laporan keuangan kuartal III-2019 yang menyatakan bahwa laba bersih perusahaan barang konsumsi (*consumer goods*) terbesar di Indonesia ini turun cukup besar. Berdasarkan laporan keuangan yang disampaikan perseroan ke Bursa Efek Indonesia (BEI), Ada satu komponen yang tercatat mengalami penurunan signifikan yaitu pendapatan lainnya, anjlok hingga 99,92% menjadi Rp 2,17 miliar. Padahal pada periode yang sama tahun lalu nilainya mencapai Rp 2,84 triliun. Hingga awal perdagangan sesi II, harga saham UNVR

terpantau turun 0,22% pada level harga Rp 45.500/unit. (Sumber : CNBC Indonesia, 2019).

Berikut adalah tabel Harga saham Industri Barang Konsumsi



Gambar 1.1 Rata-rata Harga Saham Industri Barang Konsumsi (Data diolah 2019)

Berdasarkan gambar di atas menjelaskan bahwa terdapat fluktuasi harga saham dari tahun 2015-2018. Pada tahun 2015 sebesar 10352,89 turun pada tahun 2016 menjadi 6716,35. Pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 8285,10 dan terakhir pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 7875,57. Pergerakan harga saham pada Bursa Efek Indonesia akan menjadi tolok ukur pada kegairahan bursa dalam merespon perkembangan ekonomi yang ada. Hal ini menunjukkan terdapat masalah pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang menyebabkan para investor melihat dari berbagai sudut pandang prespsi terhadap perusahaan ini. Secara sederhana perubahan minat investor terhadap suatu saham perusahaan tercermin pada perubahan harga sahamnya di pasar modal.

1.2. Perumusan Masalah

Ilham Thaib dan Acong Dewantoro (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Surya Sampurna dan Mila Novita Sari (2018) menunjukkan hasil penelitian bahwa *Profitabilitas* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dita Tessa Sampriani Limbong, Mochammad Chabachib (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa variabel DER/ Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andri Mandalika (2016) Hasil penelitian menunjukkan yaitu secara simultan dan parsial bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan. Isabella Permata Dhani dan A.A Gde Satia Utama (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Berbeda halnya penelitian yang dilakukan oleh Atika Suryandani (2018) yang menemukan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal di atas dirumuskan masalah (a). *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, (b). Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, (c). Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.3. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam peningkatan Nilai Perusahaan.
2. Bagi Umum
Dapat memberikan masukan bagi calon investor yang akan menanamkan modalnya dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk calon investor.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah (a). Untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan, (b) Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. (c) Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Nilai Perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

2.1. *Signaling Theory*

Menurut Brigham dan Houston (2014), *signaling theory* adalah sebuah tanda atau signal yang diberikan perusahaan kepada para investor untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan para investor. Perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi. Salah satu cara yang dapat mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya yaitu berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

2.2 Keterkaitan Variabel

Keterkaitan antar variabel ini yaitu (a). Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan, berdasarkan signalling theory, perusahaan yang memiliki tingkat *Profitabilitas* tinggi akan berusaha untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham bahwa perusahaan telah menjalankan bisnis dengan baik sehingga mampu mendapatkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Semakin meningkatnya *Profitabilitas* suatu perusahaan, maka harga saham perusahaan tersebut semakin meningkat. Dengan meningkatnya harga saham, mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Hal ini dapat berdampak terhadap naiknya nilai perusahaan. (b). Pertumbuhan penjualan menunjukkan suatu perkembangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan

penjualan tinggi akan mencerminkan perkembangan perusahaan bahwa tersebut tinggi (Barton et al. 1989) dalam (Mardiyati et al. 2015). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator dalam permintaan dan daya saing perusahaan pada suatu industri. Pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung serta dapat meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Sukaria (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (c). Pertumbuhan perusahaan adalah pencerminan dari produktifitas perusahaan dan merupakan salah satu tujuan yang dapat diharapkan oleh pihak internal dan eksternal perusahaan karena dapat membawa pengaruh yang baik terhadap perusahaan dan pihak yang memiliki minat dalam perusahaan seperti investor, kreditur dan pemegang saham (Helfert, 1997).

2.3 Hipotesis

Pada penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis yaitu (a). Diduga *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (b). Diduga Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (c). Diduga Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian dengan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan sumber data peneliti menggunakan sumber data sekunder yaitu dari Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode dokumentasi dengan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2011). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel yaitu (a). Perusahaan sektor *Consumer Goods* (Industri Barang Konsumsi) yang memiliki data lengkap selama periode penelitian yaitu tahun 2015-2018. (b). Perusahaan yang mengalami fluktuasi pada harga saham.

3.2 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengolahan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis kuantitatif guna mendapatkan data penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis data panel atau *pooled data*. Analisis dengan menggunakan data panel merupakan kombinasi antara deret waktu atau *time series* data dan kerat lintang atau *cross section* data. Pengujian data pada

penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik dan pengujian hipotesis menggunakan Uji Statistik t atau Uji Signifikansi parsial yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

Daftar Pustaka

- Dhani, I. P., & Utama, A. G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(1).
- Fionita, Ita. "Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 9.2 (2015): 129-152.
- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20181019191302-17-38252/pertumbuhan-industri-barang-konsumsi-dinilai-melambat>
- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191017140713-17-107801/waduh-laba-unilever-anjlok-2437-di-q3-ada-apa>
- Kusumajaya (2011)
- Limbong, D. T. S., & Chabachib, M. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2014) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Pranyoto, Edi. "Dapatkah Kita Memprediksi Perubahan Harga Saham?." *Jurnal Bisnis Darmajaya* 2.1 (2016): 77-89.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 67-82.
- Ross, Westerfield, & Jordan (2010)
- Safitri, Yohana, Abrar Oemar, And Edi Budi Santoso. "PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur Yang Tercatat Di Beitahun 2013-2017)." *Journal Of Accounting* 4.4 (2018). Universitas Pandanaran Semarang. Semarang
- Sampurna, Dian Surya, And Mila Novita Sari. "PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN INVESTASI, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN PROFITABILITAS

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2016)." *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)* 4.01 (2018). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Sari, Riski Lukita, And Marsiska Ariesta. "PENGARUH *PROFITABILITAS* DAN TINGKAT LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DEVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2017)." *Journal Of Accounting* 5.5 (2019). Universitas Pandanaran Semarang. Semarang

Setiawati, Loh Wenny, And Melliana Lim. "ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS*, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PENGUNGKAPAN SOSIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFaktur YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011--2015." *Jurnal Akuntansi* 12.1 (2018). Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Jakarta

Setyawan, Budi. "PENGARUH FREE CASH FLOW, *PROFITABILITAS* DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Emiten Sub-Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Mitra Manajemen* 3.7 (2019): 815-830. Universitas Pamulang, Banten

Surmadewi, Ni Komang Yulan, And I. Dewa Gede Dharma Saputra. "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* (2019): 567-593. Universitas Udayana. Denpasar.

Suryandani, A. (2018). PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR PROPERTY DAN REAL ESTATE DI BEI. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1), 49-59.

Susanti, S., & Azzahro, F. S. (2019, August). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Ntlectual Capital. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 79-86).

Thaib, I., & Dewantoro, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 25-44.