

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketidakstabilan perekonomian global dan proses pemulihan pasca-pandemi covid-19 telah menciptakan lingkungan bisnis yang penuh dengan ketidakpastian. Fluktuasi harga komoditas, gejolak nilai tukar, serta ketidakpastian kebijakan ekonomi di negara-negara maju turut mempengaruhi kinerja ekonomi Indonesia. Perekonomian Indonesia tidak dapat terlepas dari pengaruh dinamika ekonomi global. Kondisi ekonomi yang tidak menentu saat ini, secara tidak langsung berdampak bagi seluruh sektor di Indonesia. Selain itu, situasi geopolitik yang memanas juga mempengaruhi kondisi perekonomian berbagai negara (Bakrie dkk., 2022).

Sebagai entitas ekonomi, pendirian sebuah perusahaan tentu didasari dan diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan tertentu. Tujuan perusahaan dapat dibedakan menjadi tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Pada dasarnya, tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Sementara, tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang pada akhirnya akan memberikan kemakmuran bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk para pemegang saham (Agus, 2020).

Perkembangan industri yang semakin pesat menciptakan tantangan besar bagi semua perusahaan (Putri dkk., 2024). Pengaruh globalisasi

mengharuskan perusahaan untuk selalu mengikuti dinamika pasar (tren) yang berkembang di masyarakat dan terus melakukan inovasi-inovasi baru. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mengelola urusan dan operasional perusahaan secara lebih efisien. Perusahaan harus mampu menciptakan produk-produk yang tidak hanya inovatif, tetapi juga memberikan manfaat dan harga yang terjangkau bagi konsumen. Strategi ini diperlukan agar perusahaan dapat tetap bersaing dan meraih pangsa pasar yang luas (Sonjaya dkk., 2021).

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan agar mampu bersaing dan bertahan di tengah ketatnya persaingan bisnis adalah dengan terus meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat tercermin melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan dalam menarik investor. Nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi akan mencerminkan kepercayaan investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan dan kemampuannya dalam menghasilkan laba yang maksimal (Alhabsyi & Hwihanus, 2023).

Data statistik pasar modal Indonesia PT.KSEI yang terdapat dalam gambar 1 menjelaskan bahwa sejak tahun 2020 sampai dengan Februari 2023 pasar modal mengalami peningkatan jumlah investor. Jumlah investor pasar modal pada tahun 2020 dinyatakan sebanyak 3.880.753 investor dan sampai di bulan Februari 2023 bertambah sebanyak 6.742.973 investor. Menurut Ariesta (2023), jumlah investor di pasar modal terus bertambah dengan total 11,6 juta

investor per akhir September 2023. Peningkatan jumlah investor menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk berinvestasi sangat tinggi. Tingginya minat investasi masyarakat harus didukung oleh peningkatan kinerja perusahaan, sebab investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, yang dapat dilihat melalui nilai perusahaan dan melakukan analisis sebelum menanamkan dana pada suatu perusahaan.



Gambar 1 : Grafik Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia

Sumber : Statistik Pasar Modal Indonesia PT.KSEI (www.ksei.co.id)

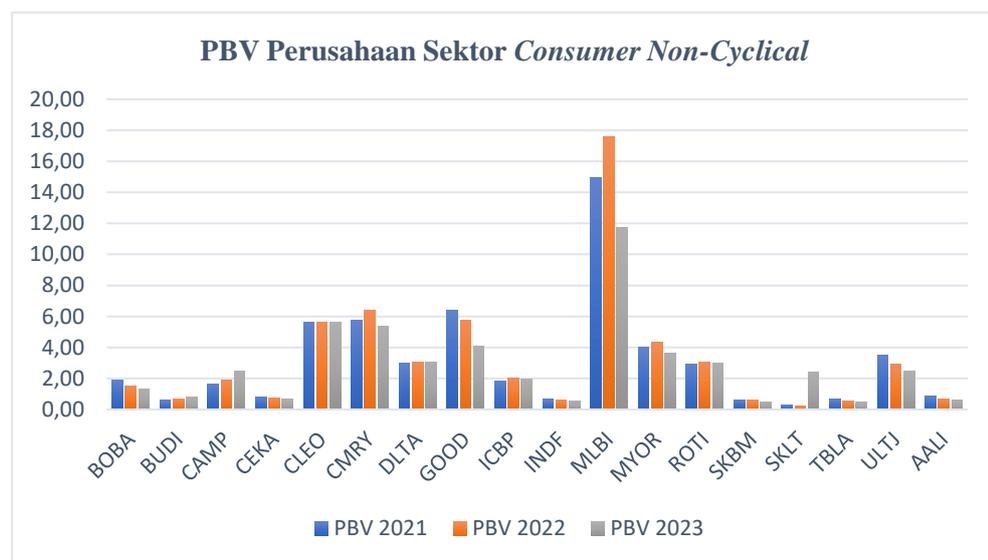
Suku bunga yang tinggi juga menjadi fenomena yang berdampak pada resesi global yang menjadi salah satu faktor pelemahan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sepanjang semester pertama tahun 2023. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan sebesar 2,76% dan ditutup di level 6.850,74, dan ini menjadi performa terburuk setelah periode pandemi covid-19 di tahun 2020 (Taufani, 2023).

Alasan peneliti memilih sektor *Consumer Non-Cyclical* karena dari 12 sektor di Bursa Efek Indonesia, hanya ada 4 sektor yang dapat bertahan dan mengalami pertumbuhan meskipun dalam krisis global, salah satunya ialah

sektor *consumer non-cyclical*. Selain itu, Produk-produk di sektor ini, seperti makanan, minuman, dan kebutuhan sehari-hari, selalu dibutuhkan dan menjadi kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh masyarakat terlepas dari kondisi ekonomi dan sektor ini cenderung lebih tahan terhadap fluktuasi ekonomi dan krisis finansial. Sektor ini menjadi daya tarik bagi investor yang mencari stabilitas. Hal ini didukung dengan penelitian Utami & Nuraini (2020) yang mengatakan bahwa perusahaan pada sektor ini memiliki prospek yang bagus dan menjanjikan juga tahan terhadap krisis. Alasan lain penulis memilih sektor *Consumer Non-Cyclical* karena selama tahun 2021-2023 sektor ini masuk ke dalam 3 besar saham dengan kapitalisasi pasar terbesar setelah sektor *financial* dan sektor energi. Di tahun 2021 dan 2022 *sektor consumer non cyclical* masuk ke dalam 2 besar saham dengan kapitalisasi pasar tertinggi. Di tahun 2021 sektor *consumer non cyclical* memperoleh kapitalisasi pasar sebesar 15,34%. Di tahun 2022 memperoleh kapitalisasi pasar sebesar 12,13%. Dan di tahun 2023 memperoleh kapitalisasi pasar sebesar 12,51% (www.ojk.go.id). Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* ini terdiri dari beberapa sub sektor, seperti *food and staples retailing*, *food and beverage*, *non-durable household products*, dan *tobacco*.

Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclical* pada tahun 2021-2023 berfluktuatif. Nilai perusahaan di pasar modal berfluktuasi dan mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan kode BOBA menunjukkan bahwa sejak tahun 2021-2022 nilai perusahaan yang diukur dengan PBV terus mengalami penurunan setiap

tahunnya. Perusahaan dengan kode MLBI menunjukkan bahwa di tahun 2022 nilai perusahaan yang di ukur dengan PVB mengalami peningkatan dibanding tahun 2021 dan turun drastis pada tahun 2023. Namun, di antara naik turunnya nilai perusahaan ini terdapat perusahaan dengan kode DLTA dan ROTI yang nilai perusahaannya stagnan atau dapat dikatakan tidak terjadi peningkatan atau penurunan dari tahun 2021-2023. Fluktuasi tersebut menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibahas berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan.



Gambar 2 : Grafik Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* 2021-2023

Sumber: IDX, data diolah (2024)

Kondisi pasar saham atau performa saham di bursa efek dapat dilihat melalui Index Harga Saham Gabungan (IHSG), dimana investor dapat memantau pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga IHSG, umumnya semakin tinggi nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai saham merupakan

tujuan utama perusahaan. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan juga meningkat, yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan nilai saham yang tinggi (Diyah & Iswara, 2022).

Penelitian ini menggunakan tiga faktor yang jika dipertimbangkan dapat mempengaruhi nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* antara lain kebijakan dividen, *leverage* dan profitabilitas. Kebijakan dividen menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Investor cenderung tertarik pada perusahaan yang membagikan dividen secara konsisten. Investor akan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk perusahaan yang membagikan dividen dan sebagai hasilnya, dapat meningkatkan nilai perusahaan. Apabila dividen yang dibagikan oleh perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan cenderung akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika perusahaan menurunkan dividen yang dibagikan, nilai perusahaan tersebut juga cenderung akan menurun sehingga nilai perusahaan mampu dipengaruhi kebijakan dividen. Oleh karena itu, kebijakan dividen yang diambil oleh manajemen perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Marisa dkk., 2022).

PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) menjadi salah satu contoh perusahaan yang selama 3 tahun sejak tahun 2021-2023 konsisten membagikan dividen. Dalam tiga tahun terakhir, SKBM terus meningkatkan dividennya, mencatatkan dividen sebesar Rp 9,97 per saham untuk tahun buku 2022, dibandingkan

dengan Rp 3,5 per saham di tahun buku 2021, dan Rp 1,2 per saham di tahun buku 2020. Peningkatan ini mencerminkan kinerja keuangan yang kuat, dengan laba bersih yang diatribusikan ke entitas induk mencapai Rp 86,22 miliar pada tahun 2022, naik dari Rp 29,56 miliar pada tahun sebelumnya. Kenaikan dividen dan laba bersih ini memberikan kepercayaan kepada para investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan, yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham SKBM (IDN Financials, 2023).

Penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan menunjukkan beberapa temuan, sebagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Marisa dkk. (2022), Erlina & Warsitasari (2023), Rachmadani & Nursiam (2023), menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbanding terbalik penelitian yang dilakukan oleh Dhovairy (2022) mengenai kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain kebijakan dividen, *leverage* atau tingkat utang perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* yang tinggi dapat meningkatkan risiko perusahaan, tetapi disisi lain juga dapat meningkatkan potensi pengembalian investasi (Dhovairy, 2022). Perusahaan harus mencari keseimbangan yang tepat dalam mengelola *leverage* untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

PT Cottonindo Ariesta Tbk menjadi salah satu bukti pentingnya *leverage* bagi suatu perusahaan. PT Cottonindo Ariesta Tbk yang bergerak di sektor *consumer non-cyclical* merupakan perusahaan kapas wajah pertama di Indonesia yang menerapkan teknologi canggih sejak didirikan pada tahun 1994, akhirnya mengalami kebangkrutan di tahun 2023. Salah satu faktor utama yang menyebabkan kebangkrutan ini adalah masalah tingkat hutang perusahaan yang tidak dapat dikelola dengan baik. Meskipun PT Cottonindo Ariesta Tbk telah lama berdiri dan dikenal sebagai pionir dalam penggunaan teknologi di industri Indonesia, perusahaan kapas wajah pertama di Indonesia ini tidak mampu mengelola struktur modalnya dengan efektif. Beban hutang yang semakin memberatkan, ditambah dengan dampak pandemi COVID-19 yang menekan arus kas, telah membuat perusahaan kesulitan untuk memenuhi kewajiban pembayaran hutangnya (Dwi, 2023).

Selain itu, pasca pandemi, PT Cottonindo Ariesta Tbk juga gagal mempertahankan keberlangsungan usahanya karena kekurangan modal. Perubahan pola konsumsi dan semakin kompetitifnya industri di Indonesia turut mempersulit upaya perusahaan untuk bangkit kembali. Kombinasi masalah *leverage*, dampak pandemi, dan ketidakmampuan beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah, pada akhirnya menghantarkan PT Cottonindo Ariesta Tbk ke arah kebangkrutan. Adapun penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Dhovairy (2022) dan Erlina & Warsitasari (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik

dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk. (2024) mengenai *leverage* terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah tingkat profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam periode tertentu. Investor cenderung menilai lebih tinggi perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang baik (Gz & Lisiantara, 2022).

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) menjadi salah satu contoh yang menunjukkan pentingnya penggunaan *leverage* bagi perusahaan. Unilever Indonesia merupakan salah satu perusahaan terkemuka di sektor barang konsumen, bergerak di bidang produksi dan distribusi berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, produk perawatan pribadi, serta produk kebersihan rumah tangga ini mengalami penurunan laba dari tahun 2021-2023. Laba usaha UNVR di sepanjang 2023 tercatat menurun 11,17 persen menjadi Rp6,28 triliun. Penurunan laba usaha ini terutama dipengaruhi oleh lonjakan beban pemasaran dan penjualan, peningkatan beban umum dan beban administrasi (Muchtar, 2024). Harga saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) telah mengalami penurunan secara berkelanjutan selama setahun terakhir, menimbulkan kekhawatiran di kalangan investor dan analis pasar. Harga saham perusahaan ini tercatat pada 22 Mei 2023 cukup stabil di level Rp4.420 per lembar dan mencapai harga tertingginya pada 12 Juni 2023 di level Rp4.610 per lembar. Namun tidak

bertahan lama, pada 23 April 2024, harga saham Unilever Indonesia jatuh ke titik terendahnya di Rp2.330 per lembar. Penurunan drastis ini dipicu oleh berbagai faktor negatif, termasuk adanya isu geopolitik, persaingan yang semakin ketat, dan laporan keuangan yang menunjukkan penurunan laba bersih. Situasi ini mencerminkan kekhawatiran investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerjanya di tengah kondisi pasar yang menantang (Iswenda, 2024).

Adapun penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Sonjaya dkk. (2021), Rani & Afandy (2023), Putri dkk. (2024) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa dkk. (2022) mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari riset sebelumnya, karena pada pengkajian ini memilih subjek penelitian yaitu perusahaan *sektor consumer non-cyclical* dilakukan dalam rentang waktu 2021-2023. Dalam penelitian ini dapat diperlihatkan di mana *consumer non-cyclical* menjadi salah satu sektor yang tetap tumbuh meskipun dalam himpitan ekonomi. Penelitian ini perlu dikaji karena masih belum banyak peneliti yang memilih perusahaan di bidang *consumer non-cyclical*. Disamping itu, karena ingin menjelaskan pengaruh signifikansi antara nilai perusahaan dengan kebijakan *dividen, leverage*, dan profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kebijakan Dividen, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi instansi perusahaan terutama dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* dalam memaksimalkan nilai perusahaan guna menarik perhatian dan minat investor agar menanamkan modalnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi investor dalam mengambil keputusan berinvestasinya. Sehingga, investor dapat membuat keputusan yang tepat.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan bahan kajian ilmu pengetahuan terutama mengenai nilai perusahaan, kebijakan dividen, *Leverage*, dan profitabilitas dari suatu perusahaan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.