

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia saat ini terus berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi global. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan dari tahun ke tahun. Ketika persaingan meningkat, perusahaan harus bersaing untuk mempertahankan kehadiran mereka di bursa saham (Santoso & Junaeni, 2022). Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, mendorong manajer untuk membuat strategi dan keputusan penting agar dapat bertahan dan mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi harus memiliki tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang untuk tetap beroperasi dan bertahan (Atmikasari et al., 2020). Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang suatu perusahaan, sedangkan menghasilkan keuntungan merupakan tujuan jangka pendek suatu perusahaan (Setyowati et al., 2018). Nilai perusahaan memainkan peran yang sangat penting karena jika nilai perusahaan tinggi, maka akan diikuti dengan kesejahteraan yang tinggi bagi para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan investor dalam memprediksi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang juga sering dikaitkan dengan harga saham (Rahayu et al., 2020). Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi menentukan kepercayaan yang diberikan pasar terhadap prospek suatu

perusahaan di masa depan.

Mengetahui nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena akan memberikan suatu sinyal bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Sutama & Lisa, 2018). Investor akan melakukan berbagai analisis untuk memastikan bahwa saham yang mereka miliki akan memberikan *return* yang positif. Harapan *return* yang akan diterima investor di masa yang akan datang akan tercermin dalam indikator evaluasi pasar secara keseluruhan dan dapat diamati dalam nilai perusahaan saat ini. Dengan demikian, investor harus mampu mengambil keputusan yang tepat dan bijaksana dalam berinvestasi.

Salah satu sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu sektor *consumer non-cyclicals*. *Consumer non-cyclicals* mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen, tetapi untuk barang yang bersifat anti-siklis atau barang primer/dasar. Sektor *consumer non-cyclicals* terdiri dari perusahaan ritel barang primer, toko makanan, toko obat-obatan, supermarket, produsen minuman, makanan kemasan, penjual produk pertanian, produsen rokok, barang keperluan rumah tangga, dan barang perawatan pribadi.

Sektor *consumer non-cyclicals* merupakan bidang yang diprioritaskan pemerintah, mengingat industri ini merupakan penggerak perekonomian nasional (Kristianti, 2022). Sektor ini berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari dan keberlangsungan hidup konsumen atau masyarakat. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor karena permintaan barang dan jasa pada sektor

ini tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi sehingga memiliki prospek yang baik di masa depan. Dilansir dari Kontan.co.id (2023) perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* melesat sebesar 5,31% mencapai level yang tertinggi dan menjadi kontributor utama dari lonjakan Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* terhadap perekonomian Indonesia mencapai 51,87%. Sepanjang tahun 2022, konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 4,93%, yang mana lebih tinggi jika dibandingkan dengan level kenaikan sebesar 2,02% pada tahun 2021 dan ketika konsumsi rumah tangga mengalami penurunan sebesar -2,63% pada tahun 2020 (www.kontan.co.id).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan *Price to Book Value* (PBV) untuk mengukur besarnya nilai perusahaan dengan membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan. Berikut ini disajikan data terkait nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023 yang berjumlah 125 perusahaan :

Tabel 1. 1 *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2023

Keterangan	<i>Price to Book Value</i> (PBV) (X)			
	2020	2021	2022	2023
Rata-rata	2,30	2,00	2,98	2,95
Pertumbuhan		-0,15	0,33	-0,01

Sumber : www.idx.co.id (data diolah dan terlampir)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode

2020-2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 rata-rata PBV sebesar 2,30 kemudian menurun pada 2021 menjadi 2,00 lalu mengalami kenaikan pada 2022 menjadi 2,98 dan menurun pada 2023 menjadi 2,95. Untuk pertumbuhan dari PBV perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2021 sebesar -0,15 kemudian mengalami kenaikan pada 2022 sebesar 0,33 dan menurun pada 2023 sebesar -0,01. Menurut data yang dipublikasikan Mediaasuransinews.co.id (2023) adanya penurunan pada tahun 2023 dikarenakan kinerja sektor ini mengalami koreksi sebesar -0,67% yang sejalan dengan pergerakan IHSG yang turut mengalami koreksi -0,84% secara *year to date* (ytd) (mediaasuransinews.co.id).

Didukung oleh data profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) menunjukkan bahwa rata-rata ROA yang dimiliki sektor tersebut setiap tahunnya mengalami fluktuatif cenderung turun. Pada tahun 2020 rata-rata ROA sebesar 4,36% kemudian meningkat pada 2021 sebesar 5% lalu mengalami penurunan pada 2022 menjadi 4,08%, dan menurun pada 2023 sebesar 4,06%. Sedangkan pada data *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan bahwa rata-rata DER setiap tahunnya mengalami fluktuatif cenderung naik. Pada tahun 2020 rata-rata DER sebesar 123,97% kemudian mengalami penurunan pada 2021 sebesar 112,36% lalu meningkat pada 2022 menjadi 833,25% dan meningkat pada 2023 sebesar 1.257,19%. Selanjutnya data likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) menunjukkan bahwa rata-rata CR setiap tahunnya mengalami fluktuatif cenderung turun. Pada tahun 2020 rata-rata CR sebesar 1,54 kemudian mengalami penurunan pada 2021 sebesar 1,49 lalu meningkat pada 2022 menjadi 1,82 dan menurun pada 2023 sebesar 1,77.

Lalu data kebijakan dividen yang diprosikan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) menunjukkan bahwa rata-rata DPR setiap tahunnya mengalami fluktuatif cenderung turun. Pada tahun 2020 rata-rata DPR sebesar 13,23% kemudian meningkat pada 2021 sebesar 19,94% lalu mengalami penurunan pada 2022 menjadi 17,35% dan menurun pada 2023 sebesar 16,57%.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *Signaling Theory*. Menurut Spence (1973) *signaling theory* adalah teori yang menjelaskan bahwa pihak pengirim memberi suatu sinyal berupa informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan yang berguna bagi pihak penerima. *Signaling theory* menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada orang yang menerima informasi keuangan, yang merupakan data tentang kinerja keuangan perusahaan yang telah dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan (Ferdiansyah & Suwaidi, 2023). Teori ini memiliki kemampuan untuk menunjukkan seberapa baik atau buruk suatu perusahaan pada pasar global (Agustin & Anwar, 2022). Apabila kinerja keuangan perusahaan membaik, maka informasi tersebut dapat dianggap sebagai sinyal yang baik karena menunjukkan bahwa keadaan perusahaan dalam keadaan baik. Sebaliknya, apabila laporan keuangan suatu perusahaan mengalami penurunan, maka hal ini dianggap sebagai sinyal buruk karena kondisi perusahaan sedang tidak baik.

Trade-off theory pertama kali diperkenalkan oleh Modigliani & Miller (1963) yang menyatakan bahwa perusahaan memperdagangkan manfaat pajak dari pembiayaan utang terhadap masalah yang disebabkan oleh potensi kebangkrutan. Dengan utang, beban bunga dapat dikurangkan dari pendapatan

sehingga laba sebelum pajak menjadi lebih kecil, dengan demikian pajak juga lebih rendah. *Trade-off theory* menurut Myers (1977) menjelaskan penggunaan utang pada tingkat tertentu akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun setelah melewati titik optimal, penambahan utang akan menurunkan nilai perusahaan karena beban utang lebih besar dibandingkan dengan laba yang dihasilkan (Yuniningsih et al., 2019).

Ketika ingin melakukan investasi, investor perlu mengumpulkan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Informasi ini berupa rasio keuangan yang dapat mencerminkan kinerja suatu perusahaan. Kinerja keuangan yang baik mampu menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang menjanjikan di masa depan. Rasio keuangan digunakan untuk membandingkan akun-akun yang ditampilkan pada laporan keuangan suatu perusahaan selama periode waktu tertentu (Faizah & Suryono, 2020). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan kebijakan dividen.

Menurut Brigham & Houston (2019:118) profitabilitas merupakan rasio yang mencerminkan hasil bersih dari semua kebijakan pembiayaan dan keputusan operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan tolak ukur yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa efektif dan efisien penjualan dalam mengembalikan pengeluaran perusahaan (Ferdiansyah & Suwaidi, 2023). Tingkat profitabilitas yang dicerminkan dari keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan sebagai sinyal untuk menarik investor yang akan berinvestasi di perusahaan tersebut. Investor

menginvestasikan uang pada suatu perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan *return*, baik pembagian dividen atau keuntungan modal. Menurut Pradani et al. (2021) semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar *return* yang diberikan kepada pemegang saham. Hal ini akan memberikan sinyal positif kepada investor untuk menginvestasikan dananya sehingga nilai perusahaan akan meningkat karena banyaknya permintaan saham perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Takarini (2022) dan Karim & Nur (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan Fitriana & Purwohandoko (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan dibiayai oleh utang, atau kemampuan perusahaan untuk membayar kembali utang jangka pendek dan jangka panjangnya (Wikartika, 2024). Tingkat *leverage* menunjukkan bahwa pendanaan perusahaan yang bersumber dari utang semakin besar. Perusahaan harus meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan laba agar dapat menutupi kewajibannya. Bukan hanya menambah beban perusahaan, tetapi pinjaman juga harus digunakan untuk meningkatkan labanya. Menurut Susesti & Wahyuningtyas (2022) perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi, cenderung memiliki risiko investasi yang lebih tinggi pula. Ketika risiko investasi tinggi, tentunya investor akan berpikir ulang untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, *leverage* yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Wardana & Suwaidi (2023) dan Irawan et al. (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan Wikartika (2024) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aset lancar yang dimilikinya (Wardana & Suwaidi, 2023). Melalui likuiditas, investor dapat mengamati pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dalam jangka pendek. Suatu perusahaan dikatakan likuid ketika aset lancar perusahaan lebih besar dibandingkan dengan utang lancarnya (Santoso & Junaeni, 2022). Perusahaan memerlukan perencanaan, pengendalian, dan pemantauan likuiditas yang efektif untuk mengurangi risiko terkait kegagalan kewajiban jangka pendek dan kelebihan aset lancar. Menurut Pambudi & Meini (2023) perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan meyakinkan investor bahwa kinerjanya perusahaannya baik. Semakin tinggi likuiditas, maka semakin mampu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Oleh karena itu, ketika rasio likuiditas meningkat, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin & Anwar (2022) dan Karim & Nur (2024) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan Ramadhan & Takarini (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dividen merupakan pembagian keuntungan untuk investor oleh perusahaan jika perusahaan mendapatkan keuntungan sebanding dengan kepemilikan mereka (Irawan et al., 2022). Kebijakan dividen merupakan kebijakan yang mempertimbangkan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan selama periode tersebut dapat diberikan langsung kepada para investor atau diinvestasikan kembali ke perusahaan (Agustin & Anwar, 2022). Apabila laba perusahaan yang ditahan dalam jumlah besar, berarti laba yang akan dibayarkan sebagai dividen menjadi lebih kecil. Menurut Herdiani et al. (2021) pembayaran dividen yang tinggi kepada pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena investor cenderung menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang rutin membagikan keuntungannya dalam bentuk dividen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi & Dewati (2022) dan Agustin & Anwar (2022) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan Umbung et al. (2021) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat fenomena penelitian dan kesenjangan penelitian (*research gap*) karena adanya perbedaan hasil pada variabel yang digunakan sehingga memberikan peluang kepada penulis untuk mengembangkan penelitian tersebut. Penelitian ini terbatas pada aspek kinerja keuangan yang dilakukan untuk mengetahui apakah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu judul penelitian yang digunakan adalah **“ANALISIS NILAI**

PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja, memperbaiki dan meningkatkan efisiensi pengelolaan perusahaan di masa mendatang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam mengembangkan pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dan digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi.