

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sub sektor *nondurable household product* merupakan salah satu sub sektor industri yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Sub sektor ini terdiri dari dua industri utama, yaitu industri *household products* dan industri *personal care products* (Eddyelly, 2024). Industri *household products* meliputi produk-produk kebutuhan rumah tangga seperti deterjen, pembersih rumah, dan produk kebersihan lainnya. Permintaan terhadap produk ini cenderung stabil dan mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan dan kenyamanan lingkungan rumah. Selain itu, perubahan gaya hidup urban dan pertumbuhan kelas menengah juga turut mendorong konsumsi produk-produk rumah tangga yang lebih modern dan praktis.

Sementara itu, industri *personal care products* mencakup produk-produk perawatan pribadi seperti kosmetik, *skincare*, dan wewangian yang semakin diminati oleh masyarakat. Industri ini mengalami pertumbuhan pesat didorong oleh perubahan pola konsumsi, meningkatnya kesadaran akan pentingnya penampilan, serta dominasi generasi muda yang menjadikan perawatan diri sebagai bagian dari gaya hidup dan bentuk investasi pribadi. Menurut laporan *Social Bella*, pada tahun 2023 sebanyak 54 persen pembeli produk kecantikan berasal dari Gen Z, meningkat dari 48% pada 2020 (Kompas, 2024). Hal ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen terhadap produk-produk *personal care* yang lebih variatif, berkualitas, dan sesuai tren.

Industri *personal care* di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan, salah satunya didorong oleh tren meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk halal dan berbahan alami. Indonesia memiliki keunggulan kompetitif berupa ketersediaan sumber daya alam yang melimpah serta pengetahuan tradisional tentang tanaman berkhasiat yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku kosmetik. Produk kosmetik lokal bersertifikasi halal pun semakin diminati dan berpeluang besar menembus pasar ekspor, khususnya ke negara-negara dengan permintaan tinggi terhadap produk halal seperti kawasan Timur Tengah.

Perusahaan memiliki berbagai tujuan yang ingin dicapai, mulai dari meraih tingkat profitabilitas setinggi mungkin hingga memenuhi tanggung jawab sosial dengan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Beragam pandangan ini mengarah pada satu kesimpulan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Ramadhan & Takarini, 2022). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk merancang strategi yang efektif guna menarik minat konsumen dan membedakan diri dari para pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan performa dan kualitas produk maupun layanan demi mencapai tujuan tersebut secara optimal.

Nilai perusahaan memiliki peran penting sebagai acuan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Agustin & Anwar (2022), nilai perusahaan mencerminkan nilai pasar perusahaan, di mana kenaikan harga saham menandakan peningkatan nilai tersebut dan memberikan keuntungan bagi

pemegang saham. Aprilianda & Nur (2023) menambahkan bahwa nilai perusahaan menjadi indikator utama yang dievaluasi investor untuk menilai kondisi keseluruhan perusahaan. Sementara itu, Syahniar & Wikartika (2024) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik serta meningkatkan kepercayaan investor.

**Tabel 1. 1 Rata-Rata *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2023**

No	Nama Perusahaan	<i>Price to Book Value</i> (PBV)						
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Unilever Indonesia Tbk	82.44	45.71	60.67	56.8	36.29	44.86	39.83
2	PT Mandom Indonesia Tbk	1.94	1.53	1.1	0.7	0.59	0.68	0.29
3	PT Mustika Ratu Tbk	0.24	0.21	0.18	0.21	0.34	0.8	0.39
4	PT Martina Berto Tbk	0.19	0.21	0.43	0.23	0.35	0.33	0.29
5	PT Kino Indonesia Tbk	1.47	1.83	1.81	1.51	1.09	1.43	1.12
<b>Total</b>		<b>86.28</b>	<b>49.49</b>	<b>64.19</b>	<b>59.45</b>	<b>48.66</b>	<b>48.1</b>	<b>41.92</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>17.26</b>	<b>9.90</b>	<b>12.84</b>	<b>11.89</b>	<b>7.73</b>	<b>9.62</b>	<b>8.38</b>

Sumber: [www.idx.com](http://www.idx.com) (Data diolah peneliti)

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 1.1., nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) mengalami fluktuasi pada tahun 2017 hingga tahun 2023. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan *Nondurable Household Products* menurun yang ditunjukkan dengan adanya penurunan yang cukup besar terhadap rasio PBV dari tahun 2017 hingga tahun 2023. Hal ini juga bisa menjadi indikasi bahwa tingkat

kepercayaan para investor untuk menanamkan modalnya lebih rendah dari tahun ke tahun. Penurunan PBV ini tentu perlu menjadi perhatian, karena dapat berdampak pada minat investor, prospek pertumbuhan, serta daya saing perusahaan.

Menghadapi fenomena tersebut, perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* perlu berupaya meningkatkan kembali nilai perusahaannya. Hal ini penting karena selain bertujuan untuk meraih keuntungan, perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mendorong kenaikan harga saham perusahaan sehingga rasio *Price to Book Value* (PBV) juga ikut meningkat. Dengan demikian, PBV dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur keberhasilan kinerja manajemen perusahaan.

Penurunan *Price to Book Value* (PBV) dapat juga dipengaruhi oleh berbagai faktor fundamental, seperti rasio profitabilitas, aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan yang kurang optimal. Berdasarkan data rata-rata rasio profitabilitas sub sektor *Nondurable Household Products* dari tahun 2017 hingga 2023 yang diolah, terlihat adanya fluktuasi dalam tingkat profitabilitas ekuitas perusahaan. Pada tahun 2017, rasio profitabilitas tercatat sebesar 0,29, kemudian mengalami penurunan menjadi 0,23 pada tahun 2018. Meskipun sempat naik kembali ke 0,28 pada 2019, angka tersebut kembali turun menjadi 0,22 pada 2020 dan 0,20 pada 2021. Tren penurunan berlanjut hingga 2022 dengan ROE mencapai titik terendah sebesar 0,16. Namun, pada tahun 2023 terjadi peningkatan signifikan hingga mencapai 0,27, yang merupakan angka tertinggi dalam periode yang diamati (Bursa Efek Indonesia).

Rasio aktivitas pada perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products*

menunjukkan tren penurunan selama periode 2017–2023 berdasarkan data yang diolah dari laporan keuangan dari IDX. Pada tahun 2017, rasio ini berada di angka 1,19, kemudian sedikit menurun menjadi 1,12 pada 2018. Tahun 2019 menunjukkan sedikit peningkatan ke 1,13 sebelum mengalami penurunan signifikan di tahun 2020 menjadi 0,92. Tren penurunan berlanjut pada 2021 dengan nilai 0,89, yang merupakan titik terendah dalam periode tersebut. Namun, sejak 2022, terjadi pemulihan bertahap dengan rasio meningkat ke 0,96, lalu 1,03 pada 2023 (Bursa Efek Indonesia). Fluktuasi ini mencerminkan pola yang menurun secara keseluruhan namun diikuti oleh tren pemulihan di tahun-tahun terakhir.

Disisi lain, pertumbuhan perusahaan yang pada sub sektor *Nondurable Household Products*, yang diukur dengan pertumbuhan total aset menunjukkan fluktuasi selama periode 2017 hingga 2023. Pada tahun 2017, pertumbuhan aset tercatat sebesar 0,07, namun mengalami penurunan signifikan menjadi 0,01 pada tahun 2018. Pada tahun 2019, angka ini kembali meningkat menjadi 0,07 sebelum anjlok tajam hingga mencapai titik terendah sebesar -0,15 pada tahun 2020. Meskipun terjadi pemulihan pada tahun 2021 dengan pertumbuhan sebesar -0,06, tren negatif masih berlanjut dengan penurunan menjadi 0,01 pada tahun 2022. Pada tahun 2023, pertumbuhan aset menunjukkan kondisi stagnan dengan nilai -0,05 (Bursa Efek Indonesia).

Secara keseluruhan, perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja yang optimal di tengah dinamika pasar dan ketidakstabilan ekonomi. Penurunan dalam profitabilitas, rasio aktivitas, serta pertumbuhan perusahaan menjadi indikasi bahwa perusahaan di sub

sektor ini perlu melakukan penyesuaian strategi untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Peningkatan rasio profitabilitas yang tercatat pada 2023 menunjukkan potensi pemulihan, namun perusahaan harus terus beradaptasi untuk menjaga daya saing di pasar yang semakin ketat.

Maka dari itu, penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, rasio aktivitas, serta pertumbuhan perusahaan. Untuk mendasari analisis tersebut, digunakan *Signalling Theory* (Spence, 1973), yaitu teori yang menjelaskan bagaimana pihak internal lebih memiliki informasi mengenai suatu perusahaan dibandingkan pihak eksternal dan dapat mengirimkan informasi tersebut berupa sinyal kepada pihak eksternal. Teori sinyal dilandasi bahwa pihak manajemen perusahaan lebih memiliki informasi tentang perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Pihak perusahaan akan memberikan informasi yang menunjukkan kondisi perusahaan dalam keadaan yang baik kepada pihak luar. Berdasarkan *Signalling Theory* (Spence, 1973), faktor fundamental seperti rasio profitabilitas, aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan yang baik dapat memberikan sinyal positif kepada investor, sebaliknya jika faktor-faktor tersebut buruk, maka dapat memberikan sinyal negatif kepada investor.

Brigham & Houston (2019) menyampaikan bahwa profitabilitas merupakan keuntungan dari hasil penjualan atau investasi perusahaan yang menunjukkan efektivitas manajemen. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan menunjukkan potensi pertumbuhan di masa depan.. Rasio profitabilitas yang

tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Sementara itu, Fitriana (2024) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga mencerminkan tingkat efisiensi manajemen, yang ditunjukkan oleh laba yang diperoleh dari penjualan dan pendapatan investasi. Dengan kata lain, profitabilitas menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Penelitian oleh M. B. A. Pratama & Takarini (2021) menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memiliki akses dana yang cukup, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaannya. Selain itu, profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang baik dan mampu menghasilkan laba atas modal sendiri. Keuntungan yang dihasilkan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan serta indikator yang digunakan manajer, pemegang saham, dan kreditor untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa depan. Hal tersebut sejalan dengan *Signalling Theory*, yaitu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, akan memberikan sinyal positif kepada pasar sehingga para investor merespon sinyal positif tersebut dengan baik dan nilai perusahaan akan meningkat.

Rasio aktivitas atau disebut juga rasio manajemen aset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya (Brigham & Houston, 2019). Sedangkan Menurut Rudianto (2021), semakin tinggi

rasio aktivitas menunjukkan semakin efektif aset perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan, hal ini merupakan kesempatan bagi investor untuk berinvestasi dan memicu naiknya harga saham perusahaan tersebut. Tingginya pendayagunaan aset tersebut akan diapresiasi oleh pasar dengan semakin tingginya harga saham perusahaan. Dengan kata lain nilai rasio aktivitas semestinya berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Rasio aktivitas menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dari volume penjualan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan dalam menghasilkan volume penjualan tertentu.

Penelitian oleh Ferdiansyah & Suwaidi (2023), Rachmaningtyas & Yuniningsih (2024), serta Savitri & Suwaidi (2024) menemukan bahwa rasio aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Rasio aktivitas, yang mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan pendapatan, menjadi indikator penting dalam menilai kinerja operasional perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola asetnya secara optimal menunjukkan efektivitas dalam operasionalnya, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Hal ini sejalan dengan *Signalling Theory* yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang positif, seperti peningkatan efisiensi aktivitas, dapat menjadi sinyal baik bagi investor dan berdampak pada peningkatan harga saham, yang secara tidak langsung mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

Menurut Kallapur & Trombley (1999), pertumbuhan perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan aset dan ekuitas. Aset mencerminkan keputusan

penggunaan dana atau investasi untuk masa depan dan didefinisikan sebagai sumber daya yang berpotensi memberikan manfaat ekonomi di masa mendatang. Sriwardany (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika pertumbuhan perusahaan menurun, maka nilai perusahaan juga akan turun. Sebaliknya, perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan menarik minat investor untuk membeli sahamnya, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Susilo & Nur (2021) juga menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Investor cenderung mempertimbangkan rasio pertumbuhan aset yang digunakan untuk operasional perusahaan sebagai faktor penting dalam keputusan investasi. Perusahaan yang terus berkomitmen untuk meningkatkannya memiliki kecenderungan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Selain itu, penelitian Permatasari & Anwar (2022) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa perusahaan yang terus bertumbuh memiliki prospek yang baik dan dianggap dapat memberikan peluang perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih tinggi di masa yang akan datang. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba maka semakin besar *return* yang diharapkan oleh para investor sehingga perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada para investor sehingga akan berpengaruh terhadap peningkatan harga saham yang juga mencerminkan peningkatan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut sejalan dengan *Signalling Theory* yang dikemukakan oleh Spence (1973).

Penelitian mengenai dampak profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menjadi sangat relevan dan penting untuk dilakukan. Faktor-faktor tersebut memiliki peran yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya tantangan dalam fluktuasi profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor, pemahaman mendalam mengenai pengaruh ketiga variabel ini akan memberikan pandangan yang berharga bagi perusahaan di sub sektor *Nondurable Household Products* dalam mengoptimalkan kinerja mereka, meningkatkan nilai perusahaan, dan menarik investor.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menggali lebih lanjut hubungan antara likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui penelitian yang berjudul, “Pengaruh Rasio Profitabilitas, Aktivitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh rasio aktivitas berpengaruh nilai perusahaan sub sektor

*Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut ini:

1. Bagi peneliti

Penelitian mengenai analisis nilai perusahaan diharapkan dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan pada bangku perkuliahan dengan permasalahan sesungguhnya yang ada pada perusahaan. Sekaligus untuk memberi wawasan yang lebih mendalam mengenai nilai perusahaan yang sebelumnya belum pernah didapatkan.

## 2. Bagi Perusahaan

Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam rangka menyejahterahkan pemegang saham yang akan dicapai apabila nilai perusahaan baik, perusahaan dapat menggunakan analisis ini sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Perusahaan dapat melihat variabel mana yang berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan sehingga nantinya dapat diaplikasikan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Analisis ini juga berfungsi sebagai informasi yang dapat dikembangkan apabila perusahaan ingin melakukan penelitian lain secara lebih dalam mengenai nilai perusahaan.