

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi dan proses globalisasi mampu membawa perubahan besar dalam melihat dan mengukur nilai suatu perusahaan. Saat ini, informasi tentang perusahaan, seperti laporan keuangan dan data pasar dapat diakses dengan sangat mudah dan cepat oleh para investor. Hal ini memungkinkan mereka untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam hal kemampuan membayar utang jangka pendek dan kemampuan menghasilkan keuntungan dengan lebih mendalam dan akurat. Di sisi lain, globalisasi telah meningkatkan persaingan antar perusahaan di seluruh dunia (Alamsyah, 2024). Perusahaan-perusahaan sekarang berlomba untuk memperluas pasar mereka ke berbagai negara, melakukan penggabungan usaha dengan perusahaan lain, dan membangun jaringan produksi dan distribusi global. Semua ini berdampak pada ukuran perusahaan dan nilai perusahaan di mata investor.

Menurut Anggita dan Andayani (2022), nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan publik dan minat investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan nilai yang baik cenderung menarik minat konsumen untuk membeli produknya, memicu persaingan di antara calon investor untuk berinvestasi, mempertahankan investor yang sudah ada, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan investor (Dewi & Ekadjaja, 2020). Nilai

perusahaan dalam sebuah konsep ekonomi merepresentasikan nilai intrinsik atau nilai ekonomi suatu bisnis pada suatu titik waktu tertentu. Nilai perusahaan mencerminkan estimasi harga yang wajar atau layak dibayarkan jika seseorang ingin membeli atau mengambil alih kepemilikan bisnis tersebut secara keseluruhan. Secara teoritis, angka ini merepresentasikan total nilai aset perusahaan dikurangi kewajiban-kewajibannya atau ekuitas yang dimiliki pemegang saham. Namun, penentuan nilai perusahaan seringkali lebih kompleks daripada sekadar menghitung aset bersih. Berbagai faktor seperti prospek pertumbuhan di masa depan, kinerja keuangan historis, kondisi industri dan persaingan, serta faktor-faktor ekonomi makro, turut memengaruhi persepsi pasar dan pada akhirnya membentuk nilai perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan aset yang dimiliki, tetapi juga potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa mendatang yang membuatnya menjadi indikator penting bagi investor dan *stakeholder* lainnya (Amaliyah & Herwiyanti, 2020).

Saat ini, industri manufaktur telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional hingga mencapai 20,27%. Pencapaian ini didorong oleh perkembangan pesat kegiatan industri manufaktur di Indonesia yang secara bertahap bertransformasi dari ekonomi berbasis komoditas (*commodity based*) menjadi ekonomi berbasis manufaktur (*manufacture based*). Pergeseran ini menandakan peningkatan nilai tambah dalam perekonomian. Industri manufaktur memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan nilai bahan baku melalui proses pengolahan, dan menghasilkan devisa negara melalui ekspor produk manufaktur (Azwina dkk., 2023). Industri manufaktur tidak hanya

berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memberikan dampak positif pada berbagai aspek perekonomian, mulai dari penyerapan tenaga kerja, peningkatan nilai tambah produk, hingga penguatan neraca perdagangan. Transformasi menuju ekonomi berbasis manufaktur ini penting untuk mengurangi ketergantungan pada ekspor bahan mentah dan menciptakan struktur ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan. Salah satunya adalah sektor industri konsumsi primer. Sektor barang konsumen primer adalah kelompok perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pokok yang digunakan oleh masyarakat sehari-hari. Sektor ini mencakup berbagai jenis industri, termasuk produksi makanan dan minuman, obat-obatan, rokok, produk kecantikan, serta perlengkapan rumah tangga.

Tabel 1.1 PBV Industri per Sektor Perusahaan Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023.

No.	Sektor	2020	2021	2022	2023	Rata-Rata PBV
1	Energi	0,98	1,1	1,13	1,03	1,06
2	Bahan Baku	4,31	1,32	1,08	0,98	1,92
3	Perindustrian	1,12	1,14	0,98	0,99	1,06
4	Barang Konsumen Primer	3,94	1,93	1,71	1,56	2,29
5	Barang Konsumen Non-Primer	2,23	1,43	1,12	0,93	1,43
6	Kesehatan	3,91	2,97	2,64	1,85	2,84
7	Keuangan	1,05	1,54	1,29	0,90	1,20
8	Properti & Real Estat	1,4	0,65	0,52	0,56	0,78
9	Teknologi	3,35	3,68	2,27	1,52	2,71
10	Infrastruktur	1,96	1,38	1,19	0,98	1,38
11	Transportasi & Logistik	2,17	1,31	1,05	1,04	1,39

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2020, 2021, 2022, 2023

Sektor barang konsumen primer memiliki PBV tertinggi setelah sektor kesehatan dan teknologi. *Price to Book Value* sektor barang konsumen primer mengalami tren penurunan dari tahun 2020 hingga 2023. Ini mengindikasikan bahwa valuasi pasar terhadap perusahaan-perusahaan di sektor ini mengalami penurunan. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan kondisi ekonomi, penurunan profitabilitas perusahaan, atau perubahan ekspektasi investor.



Gambar 1.1 Grafik Indeks Harga Saham Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2021-2025

Sumber: Investing.com, 2025

Grafik pada gambar 1.1 menggambarkan pergerakan indeks harga saham sektor barang konsumen primer primer dari tahun 2021 hingga 2023, Indeks Harga Saham Indonesia SE *Consumer Non-Cyclicals* menunjukkan tren yang berfluktuasi dengan kecenderungan menurun. Pada awal tahun 2021, indeks mengalami kenaikan yang cukup signifikan, mencapai puncaknya di pertengahan tahun

tersebut. Namun, setelah itu, terjadi penurunan yang berkelanjutan hingga akhir tahun 2021. Memasuki tahun 2022, indeks sempat mengalami pemulihan singkat, tetapi kemudian kembali mengalami penurunan yang lebih tajam. Tren penurunan ini berlanjut hingga tahun 2023 dengan beberapa periode pemulihan kecil yang tidak mampu mengembalikan indeks ke level sebelumnya. Penurunan ini terjadi pada sektor barang konsumen primer yang mengalami penurunan sebesar 0,83% pada tahun 2023 (Perwitasari, 2023). Secara keseluruhan, periode ini mencerminkan ketidakstabilan dan tekanan pada sektor barang konsumen primer di Indonesia yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan sentimen pasar.

Kinerja saham suatu perusahaan di pasar modal dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sentimen pasar, pertumbuhan ekonomi, dan nilai perusahaan. Harga saham sering kali dianggap sebagai cerminan nilai perusahaan (Alamsyah, 2024). Nilai perusahaan mencerminkan kondisi kesehatan finansial dan prospek pertumbuhan perusahaan (Tandanu & Suryadi, 2020). Ketika perusahaan menunjukkan kinerja yang kuat, seperti peningkatan laba atau prospek pertumbuhan yang menjanjikan, investor cenderung tertarik untuk membeli sahamnya, yang meningkatkan permintaan dan harga saham. Sebaliknya, kinerja perusahaan yang buruk dapat menyebabkan penurunan harga saham karena investor kehilangan kepercayaan. Penelitian ini menetapkan *Price to Book Value* (PBV) sebagai metrik untuk mengevaluasi nilai perusahaan. Harga saham sebuah perusahaan cenderung meningkat ketika permintaan atas saham tersebut meningkat. Hal tersebut seringkali dipicu oleh kinerja keuangan perusahaan yang

kuat, seperti laba yang tinggi dan kemampuan perusahaan untuk dengan mudah memenuhi kewajiban keuangannya. Selain itu, nilai *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi menunjukkan bahwa investor merasa sejahtera dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Fluktuasi ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan di sektor ini tidak selalu meningkat. Sehingga penting untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang menyebabkan perubahan pada PBV tersebut. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi PBV antara lain profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Agar dapat terus beroperasi dan berkembang, perusahaan harus berupaya meningkatkan nilai perusahaannya secara berkelanjutan. Hal ini menuntut manajemen untuk fokus pada peningkatan kinerja fundamental perusahaan, yang mencakup beberapa aspek penting. Pertama, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan indikator utama kesehatan finansial dan daya tarik bagi investor. Laba yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sangat penting untuk menjaga kelancaran operasional dan menghindari risiko gagal bayar. Likuiditas yang baik memberikan rasa aman bagi kreditor dan pemasok. Ketiga, total aset yang dimiliki perusahaan mencerminkan skala usaha dan sumber daya yang dikendalikan. Aset yang dikelola dengan baik dapat menghasilkan pendapatan dan meningkatkan nilai perusahaan. Manajemen dituntut untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, menjaga likuiditas yang sehat, dan mengelola aset secara efektif

untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan dan menjamin keberlangsungan usaha (Laksono & Rahayu, 2021).

Nilai perusahaan menjadi fokus utama dalam analisis keuangan, terutama bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena mencerminkan persepsi pasar terhadap potensi keuntungan dan risiko perusahaan. Tiga faktor yang dianalisis dalam penelitian ini adalah likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya, atau seberapa cepat perusahaan bisa mengubah asetnya menjadi uang tunai. Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur seberapa lancar keuangan perusahaan dalam hal ini. Bagi investor, penting untuk mengetahui kemampuan likuiditas perusahaan sebelum berinvestasi, agar dana yang ditanamkan dapat dikembalikan dalam waktu dekat jika dibutuhkan. Namun, likuiditas bisa sangat fluktuatif dan tiba-tiba menurun, yang bisa berujung pada krisis likuiditas dan gagal bayar utang. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga likuiditasnya pada tingkat yang sehat, tidak terlalu rendah agar bisa membayar utang, tetapi juga tidak terlalu tinggi karena kelebihan likuiditas bisa menandakan pengelolaan keuangan yang kurang efisien dan berdampak negatif pada profitabilitas perusahaan karena dana tidak diinvestasikan secara optimal (Prabowo & Sutanto, 2019). Hal ini dikuatkan oleh hasil penelitian Jihadi dkk. (2021), Reschiwati dkk. (2020) serta Dewi dan Ekadjaja (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah profitabilitas. Saat mengambil keputusan investasi, investor sangat perlu memperhatikan profitabilitas sebagai salah satu faktor kunci.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Angka profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan laba. Hasil profitabilitas perusahaan tidak muncul begitu saja, ada berbagai faktor yang memengaruhinya. Sebelum berinvestasi, investor perlu menganalisis kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta faktor-faktor yang mungkin memengaruhi kemampuan tersebut di masa mendatang (Nirawati dkk., 2022). Profitabilitas yang baik meningkatkan kepercayaan investor dan kreditor terhadap perusahaan. Investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang konsisten dan bertumbuh. Kreditor juga akan lebih bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang memiliki kemampuan membayar utang yang baik, yang tercermin dari profitabilitasnya. Adapun penelitian yang mendukung hal ini dilakukan oleh Jihadi dkk. (2021), Tandanu dan Suryadi (2020), Dewi dan Ekadjaja (2020), Akbar dan Fahmi (2020) serta Alamsyah (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi nilai perusahaan (Alamsyah, 2024). Perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah memperoleh pendanaan, baik dari sumber internal maupun eksternal seperti pinjaman bank atau penerbitan obligasi, untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Selain itu, semakin besar perusahaan, semakin dikenal pula oleh masyarakat, sehingga informasi tentang perusahaan lebih mudah diakses. Kemudahan akses informasi ini dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan di mata publik dan investor, yang

pada akhirnya berdampak positif pada nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses pendanaan yang lebih baik dan visibilitas yang lebih tinggi, yang keduanya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Fajriah dkk., 2022). Adapun penelitian yang mendukung hal ini dilakukan oleh Dewi dan Ekadjaja (2020) serta Tandanu dan Suryadi (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengkaji perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2023. Sektor ini berfokus pada perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa kebutuhan pokok sehari-hari. Kontribusi dan pertumbuhan yang kuat dari perusahaan-perusahaan di sektor barang konsumen primer menempatkan sektor ini sebagai industri vital bagi perekonomian Indonesia (Hidayah & Benarda, 2024). Pemilihan sektor barang konsumen primer dalam penelitian ini adalah berdasarkan tabel 1.1 barang konsumen primer merupakan salah satu sektor yang memiliki rata-rata PBV tertinggi. Selain itu, perusahaan-perusahaan di sektor ini umumnya berskala besar dan banyak diperdagangkan di bursa efek, maka perubahan nilai perusahaannya dapat mencerminkan sentimen dan aktivitas di pasar modal secara luas. Sehingga, pergerakan saham dan nilai perusahaannya dianggap representatif untuk menggambarkan bagaimana pasar modal merespon berbagai faktor ekonomi dan keuangan. Pemilihan periode 2020-2023 berdasarkan adanya perubahan kondisi pasar modal yang dinamis karena pandemi yang mengharuskan perusahaan-perusahaan beradaptasi dan mempertahankan nilai perusahaan mereka.

Selain itu, periode 2020-2030 dapat memberikan gambaran yang lebih relevan dengan kondisi ekonomi dan pasar modal terkini serta data keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI masih tersedia untuk dianalisis.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2023. Periode penelitian yang digunakan merupakan periode tahun terbaru. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan PBV. Menurut Ain dan Fadila (2023), PBV digunakan dalam mengukur nilai perusahaan karena lebih unggul dalam kemudahan perhitungan, stabilitas, dan analisis saham nilai dibandingkan pengukuran lain yang lebih cocok untuk menilai perusahaan berbasis inovasi atau aset tidak berwujud.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi data panel, berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan regresi linier berganda. Keunggulan regresi data panel adalah menghasilkan estimasi lebih akurat karena peningkatan jumlah observasi memperbesar *degree of freedom* dan mengurangi *omitted variable bias* karena struktur data yang menggabungkan *time-series* dan *cross-section* untuk mengontrol variabel tak teramati (Salsabila et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023?
2. Apakah profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023?
3. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.
3. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada bidang akuntansi, khususnya dalam memahami bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini diharapkan mampu menggali lebih dalam mengenai hubungan antara praktik akuntansi dengan nilai finansial suatu perusahaan.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bantuan bagi perusahaan dengan menggali lebih dalam tentang apa saja yang bisa dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan agar perusahaan mampu lebih menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan bisnisnya. Perusahaan bisa menggunakan temuan penelitian ini sebagai acuan untuk mengelola likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara lebih baik sesuai dengan peraturan yang berlaku dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai teori sinyal dengan menganalisis apakah likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal yang relevan bagi investor dalam menilai nilai perusahaan.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana

informasi yang terkandung dalam laporan keuangan dan karakteristik perusahaan dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengurangi asimetri informasi antara pemilik modal dan pengelola perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga merupakan bagian penting dari persyaratan akademik yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi S1 di jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor internal yang memengaruhi nilai perusahaan, memungkinkan perumusan strategi yang lebih efektif dalam manajemen keuangan, pengambilan keputusan investasi, dan komunikasi dengan investor. Dengan memahami hubungan antara likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, manajemen dapat mengoptimalkan kinerja keuangan, meningkatkan daya saing di pasar modal, dan mengevaluasi kinerja manajemen secara lebih objektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan dan pasar modal.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi untuk pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat, memungkinkan investor mengidentifikasi perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik, melakukan diversifikasi portofolio, dan menilai risiko investasi dengan lebih akurat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan potensi keuntungan dan pengurangan risiko investasi bagi investor di perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akuntansi dan keuangan. Temuan-temuan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut bagi para akademisi dan peneliti yang tertarik untuk mendalami hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumber referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian serupa dengan variabel atau konteks yang berbeda.