

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong peningkatan kualitas hidup sekaligus memperketat persaingan dalam dunia bisnis. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu meningkatkan dan mempertahankan kinerjanya agar tetap memiliki daya saing di pasar. Upaya strategis yang krusial dalam menghadapi kondisi tersebut adalah memaksimalkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba yang berkelanjutan (Widyastuti & Sari, 2025). Seiring dengan meningkatnya aktivitas investasi, pemahaman mengenai nilai perusahaan menjadi aspek penting bagi investor maupun pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan investasi (Vick & Tjhai, 2024).

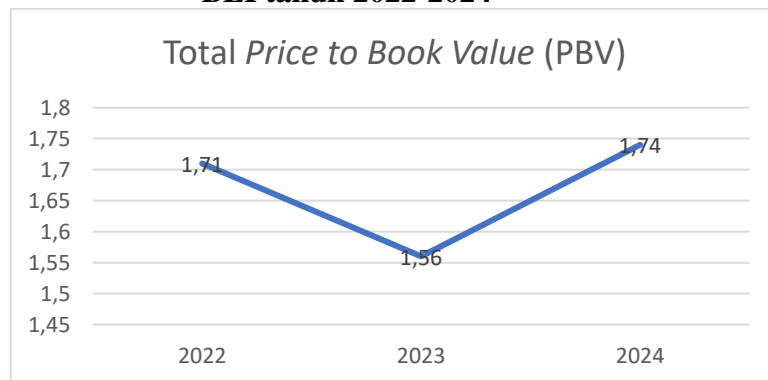
Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai yang baik apabila kinerjanya menunjukkan hasil yang optimal. Tujuan utama perusahaan pada dasarnya adalah meningkatkan nilai perusahaan sekaligus memaksimalkan perolehan laba (Tumanan & Ratnawati, 2021). Nilai perusahaan merupakan indikator yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif untuk menghasilkan laba, sehingga menjadi fokus utama investor dalam mengevaluasi kinerja perusahaan (Tricahyani

& Budiantara, 2024). Selain itu, nilai perusahaan juga merefleksikan ekspektasi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepercayaan serta minat investor terhadap saham perusahaan (Sugiarto & Sriyatun, 2024). Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan strategis perusahaan karena berkaitan langsung dengan upaya memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham serta memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan (Priyananda & Nuswandari, 2025).

Pengukuran nilai perusahaan umumnya direpresentasikan melalui indikator *Price to Book Value* (PBV) sehingga rasio ini banyak digunakan dalam penelitian terdahulu sebagai alat ukur nilai perusahaan (Ranti & Pertiwi, 2022). *Price to Book Value* (PBV) membandingkan harga pasar saham per lembar dengan nilai buku per lembar saham. Nilai PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya, yang mencerminkan optimisme investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya, PBV yang rendah mengindikasikan bahwa pasar menilai perusahaan di bawah nilai bukunya, yang dapat mencerminkan pesimisme investor terhadap kinerja atau prospek perusahaan (Maryana & Nurhayati, 2022). Penggunaan PBV sebagai indikator nilai perusahaan menjadi relevan untuk dianalisis lebih lanjut pada sektor ekonomi yang memiliki karakteristik permintaan yang stabil dan berkelanjutan.

Sektor *consumer non-cyclicals* memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Perusahaan pada sektor ini bergerak dalam penyediaan barang dan jasa kebutuhan pokok yang bersifat esensial, sehingga permintaannya relatif stabil dan tidak bergantung secara signifikan pada fluktuasi siklus atau pertumbuhan ekonomi (Kurniasari & Yoga, 2025). Analisis PBV pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* menjadi relevan untuk menggambarkan bagaimana pasar menilai nilai perusahaan pada sektor yang relatif tahan terhadap dinamika ekonomi. Grafik rata-rata PBV perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* selama tiga tahun berturut-turut disajikan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Rata-Rata PBV Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* di BEI tahun 2022-2024



Sumber: Data diolah dari Bursa Efek Indonesia (2025)

Berdasarkan data rata-rata *Price to Book Value* (PBV) perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024, terlihat adanya perubahan nilai dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, rata-rata PBV tercatat sebesar 1,71, kemudian mengalami penurunan menjadi 1,56 pada tahun 2023, yang menunjukkan

adanya penurunan penilaian pasar terhadap nilai perusahaan. Pada tahun 2024, rata-rata PBV kembali meningkat menjadi 1,74, yang mencerminkan penguatan kembali persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan pada sektor tersebut. Fluktuasi nilai PBV ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal perusahaan, sehingga membentuk fenomena empiris yang layak untuk dikaji lebih lanjut dalam penelitian.

Fenomena tersebut sejalan dengan kondisi empiris di pasar modal yang menunjukkan bahwa sektor *consumer non-cyclicals* tidak selalu berada dalam kondisi stabil sebagaimana karakteristiknya sebagai sektor defensif. Berdasarkan data pasar yang dilaporkan dalam *website* Kontan.co.id, sektor ini mengalami pergerakan yang fluktuatif, bahkan dalam beberapa periode mencatatkan pelemahan serta pergerakan saham yang cenderung stagnan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* dapat mengalami perubahan yang tidak stabil, sehingga memperkuat adanya fluktuasi nilai perusahaan yang tercermin melalui *Price to Book Value* (PBV).

Salah satu faktor internal yang diyakini memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan usaha perusahaan di masa mendatang, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta mempertahankan daya saing di pasar. Setiap perusahaan pada dasarnya berorientasi pada pencapaian laba yang optimal, sehingga tingkat

profitabilitas dapat menjadi indikator efektivitas kebijakan dan keputusan manajerial yang diterapkan. Selain itu, profitabilitas juga digunakan sebagai dasar dalam mengevaluasi kinerja keuangan dan menilai tingkat kesehatan keuangan perusahaan (Adita et al., 2025).

Informasi mengenai laba turut berperan dalam membentuk persepsi investor, karena digunakan sebagai dasar dalam menilai kinerja serta prospek perusahaan di masa mendatang (Afrilia & Nafsiah, 2023). Tingkat profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan efisiensi operasional perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan di pasar modal (Wijaya et al., 2021). Profitabilitas perusahaan umumnya diukur melalui rasio keuangan, antara lain *Return on Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* (GPM), dan *Net Profit Margin* (NPM) (Anom et al., 2025). Selain profitabilitas, nilai perusahaan juga memiliki keterkaitan yang erat dengan penerapan *good corporate governance*. Tata kelola perusahaan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan, serta mendorong terciptanya nilai tambah bagi perusahaan (Ramadhani & Masdjojo, 2025). Oleh karena itu, penerapan *good corporate governance* menjadi aspek penting untuk diperhatikan karena berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap perusahaan, baik dari sisi investor maupun pemangku kepentingan lainnya (Siagian & As'ari, 2024).

Good Corporate Governance (GCG) merupakan suatu sistem tata kelola perusahaan yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengendalikan

aktivitas bisnis guna meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan GCG mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mewujudkan prinsip akuntabilitas, transparansi, tanggung jawab, serta keandalan informasi dalam pengelolaan perusahaan (Sukmandari & Anwar, 2022). Selain itu, implementasi GCG juga bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Melalui sistem pengendalian dan pengawasan yang efektif, GCG mampu meminimalkan praktik kecurangan (*fraud*) sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Firmansyah & Lastanti, 2024).

Peran *good corporate governance* (GCG) dalam lingkungan bisnis modern menjadi semakin krusial seiring dengan meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas. Penerapan praktik GCG yang baik tidak hanya mampu meningkatkan kinerja perusahaan dan menekan risiko kegagalan usaha, tetapi juga memperkuat kepercayaan investor serta membentuk persepsi pasar yang positif terhadap perusahaan (Muttaqiin & Widiyanto, 2024). Lebih lanjut, GCG tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan regulasi, melainkan juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. GCG berperan sebagai mekanisme *checks and balances* yang memastikan bahwa upaya peningkatan profitabilitas dilakukan secara transparan, akuntabel, dan berorientasi jangka panjang (Nurfitriani et al., 2025). Oleh karena itu, GCG dipandang sebagai variabel penting yang tidak hanya memengaruhi nilai perusahaan secara langsung, tetapi juga berpotensi memperkuat hubungan antara profitabilitas yang

diukur melalui *return on equity*, *gross profit margin*, dan *net profit margin* dengan nilai perusahaan.

Good Corporate Governance dalam penelitian ini diproksikan menggunakan kepemilikan manajerial (*managerial ownership*). Kepemilikan manajerial dipilih karena mampu merepresentasikan mekanisme pengawasan internal perusahaan melalui keterlibatan langsung manajemen sebagai pemegang saham. Semakin besar proporsi saham yang dimiliki manajemen, maka semakin besar pula dorongan bagi manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan karena manajemen turut merasakan manfaat maupun risiko atas keputusan yang diambil. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dipandang mampu menciptakan keselarasan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham serta meminimalkan konflik keagenan, sehingga mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Halim & Zega, 2024).

Berbagai penelitian empiris menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta peran *good corporate governance* sebagai variabel moderasi. Penelitian Trichayani & Budiantara (2024) menemukan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memperkuat peran variabel moderasi. Sementara itu, penelitian Sitorus et al. (2022) menyatakan bahwa *gross profit margin* secara parsial berpengaruh terhadap

nilai perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020, sedangkan *return on equity* tidak menunjukkan pengaruh secara parsial. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Saragih & Forever (2024), yang membuktikan bahwa *return on equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan dapat diperkuat oleh *good corporate governance*, sedangkan *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan serta tidak dimoderasi secara efektif oleh GCG.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena fluktuasi nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercermin dari perubahan *price to book value* selama periode 2022-2024. Peran *good corporate governance* juga dipandang penting untuk diteliti sebagai variabel moderasi karena tata kelola perusahaan yang baik diyakini mampu memastikan bahwa kinerja profitabilitas dapat diterjemahkan secara optimal ke dalam peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan tahun 2022-2024. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berjudul “Pengaruh *Return on Equity*, *Gross Profit Margin*, Dan *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Return on Equity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Gross Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya mengenai pengaruh *return on equity*, *gross profit margin*, dan *net profit margin* terhadap nilai perusahaan, dengan *good corporate governance* (GCG) sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana penerapan teori dan konsep yang telah diperoleh selama proses pembelajaran, khususnya dalam memahami hubungan antara *return on equity*, *gross profit margin*, dan *net profit margin* terhadap nilai perusahaan pada industri barang konsumsi primer.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis dengan memahami rasio profitabilitas yang paling berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan serta peran tata kelola dalam mendukung penciptaan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi investor dalam menilai prospek perusahaan. Dengan memahami hubungan antara *return on equity*, *gross profit margin*, *net profit margin*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan, investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan berbasis informasi.