

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan dunia yang terjadi saat ini membuat globalisasi hampir terjadi di seluruh aspek kehidupan manusia. Mencakup sistem ekonomi global yang bebas dan mudah untuk bekerjasama, umumnya dikenal sebagai perdagangan bebas. Sebagai hasil dari perdagangan bebas, membuat persaingan antar perusahaan menjadi sengit, apalagi dengan munculnya industri baru akan menambah persaingan yang ada. Ketika menghadapi persaingan yang sengit, setiap perusahaan akan menggunakan segala cara untuk memastikan kelangsungan hidupnya (Khumairoh, 2021). Memperkuat dalam hal keunggulan bersaing dengan Perusahaan lainnya merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Perusahaan. Hal ini akan berdampak pada pembentukan harga yang lebih tinggi, lebih banyak pelanggan, dan loyalitas terhadap merek.

Sekarang ini, kesuksesan dalam dunia bisnis merupakan hal yang penting karena hal tersebut yang dapat membuat Perusahaan bertahan. Keunggulan bersaing perusahaan secara langsung terkait dengan tujuannya, yaitu untuk memaksimalkan nilai pemegang saham demi keuntungan pemangku kepentingan. nilai perusahaan dapat tercermin melalui penilaian harga sahamnya, dan peningkatan nilai perusahaan umumnya ditandai oleh kenaikan harga saham di bursa saham, sedangkan sebaliknya berlaku ketika nilai perusahaan mengalami

penurunan. Kepercayaan investor terhadap profitabilitas perusahaan di masa depan tercermin dalam harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi, akan menjadi magnet bagi investor agar memulai menanamkan modalnya di Perusahaan tersebut. Kemampuan manajemen dalam mengelola Perusahaan menentukan seberapa baik nilai Perusahaan yang dihasilkan. Dalam Upaya untuk meningkatkan kinerja, perusahaan ingin manajer keuangan berkontribusi pada kesejahteraan pemilik dan pemegang saham (Priyatama & Pratini, 2021).

Menurut Irawan & Kusuma (2019) Return saham merupakan tolak ukur nilai Perusahaan karena mendapatkan keuntungan atau imbal balik yang tinggi dengan Tingkat risiko tertentu merupakan tujuan dalam berinvestasi. Semakin tinggi nilai Perusahaan, maka semakin tinggi pula imbal balik yang diterima oleh pemegang saham. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor. Pada penelitian ini, nilai Perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai pasar adalah persepsi pasar terhadap kondisi perusahaan yang berasal dari investor dan pemangku kepentingan lainnya yang dapat digunakan untuk mengukur nilai Perusahaan. Nilai Perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV) yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai bukunya. Jika rasio PBV Perusahaan diatas 1 berarti bahwa nilai pasar saham tersebut lebih tinggi dari nilai bukunya, maka Perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik (Pandhega & Prasentiono, 2021)

Selama dua tahun terakhir, Indonesia dan seluruh dunia menghadapi fenomena pandemi COVID-19. Ini memiliki dampak besar pada ekonomi di seluruh dunia. Meski berbagai Langkah telah dilakukan pemerintah untuk mencegah dampak pandemi ini, namun pandemi yang melanda Indonesia sejak Februari 2020 terus mempengaruhi kegiatan operasional bisnis Perusahaan khususnya pasar saham Indonesia. Akhir dari pandemi COVID-19 tidak dapat diprediksi, sangat penting bagi Perusahaan untuk melihat aspek aspek yang dapat meningkatkan nilai Perusahaan mereka di pasar saham untuk menjaga stabilitas Perusahaan dan memastikan kepentingan pemegang saham (Mercyana et al. 2022). Berbagai aspek seperti likuiditas, leverage, dan profitabilitas Perusahaan menjadi fokus guna meningkatkan nilai Perusahaan. Aspek – aspek tersebut diyakini dapat mempengaruhi nilai Perusahaan sehingga dapat menjadi tolak ukur bagi investor untuk berinvestasi (Hanifah, 2020).

Likuiditas merupakan kemampuan Perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya pada waktu yang ditentukan dengan aset lancar yang dimiliki (Astuti & Yadnya, 2019).Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (utang) secara lancar dan tepat waktu. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi menandakan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk membayar utang lancarnya dengan aktiva lancar yang dimilikinya, tanpa mengganggu aktivitas operasional. Hal ini memberikan sinyal positif bagi investor, yang membuat mereka lebih tertarik untuk menanamkan modal pada Perusahaan. Karena likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, ini menunjukkan bahwa investor akan mencari bisnis yang memiliki Tingkat likuiditas dan kontrol yang bagus (Juhandi et al., 2019)

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan, namun masih menunjukkan hasil yang bervariasi, antara lain yaitu hasil penelitian oleh Dirganpratiwi, (2021) mengatakan bahwa likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan, Dwiputra & Viriany, (2020) mengemukakan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan. Berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Kristianti & Jonnardi (2022) menyebutkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan, Zujeny et al (2022), mengatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Leverage adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya atau utang jangka panjang. Leverage yang optimal jika komposisi hutang dan modal memiliki biaya yang minimum dan nilai Perusahaan yang maksimal(Runis Makkulau et al., 2018). Langkah awal yang dapat dilakukan oleh Perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan investor jika Perusahaan dapat memanfaatkan utangnya secara efektif untuk menaikkan nilai saham. Nilai Perusahaan dengan hutang dapat naik jika harga sahamnya naik. Semakin tinggi utang akan mempengaruhi suatu nilai Perusahaan, hal ini dapat menyebabkan menurunnya nilai Perusahaan akibat adanya biaya pajak yang meningkat dan bisa mengurangi laba yang ada di Perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur oleh

Perusahaan mengapa Perusahaan akan memutuskan untuk meningkatkan modal dengan utang dibandingkan dengan harga saham. Menurut Noviani et al (2019), menyebutkan bahwa nilai Perusahaan berkorelasi erat dengan leverage suatu perusahaan, sehingga diharapkan dapat mempertahankan peningkatan nilai Perusahaan dan menjaga kestabilan Perusahaan sampai terdapat kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Maka dapat disimpulkan bahwa leverage mempunyai pengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian yang menguji pengaruh leverage terhadap nilai Perusahaan sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang tidak konsisten terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dharmaputra et al. (2022) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan, sedangkan Damayanti & Darmayanti, (2022) , Chynthiawati & Jonnardi, (2022) mengemukakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono & Fitriati, (2022) dan Samiun et al (2022), membuktikan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu Perusahaan untuk menghasilkan laba dalam rentang waktu tertentu. Profitabilitas dapat mengukur berapa banyak keuntungan yang dihasilkan oleh suatu Perusahaan. Hal itu terjadi karena meningkatnya kepercayaan para investor yang akan berinvestasi pada Perusahaan tersebut (Santosa et al., 2022). Prospek Perusahaan yang baik tentu memiliki profitabilitas yang tinggi, sehingga dapat mendorong investor untuk meningkatkan permintaan harga saham (Ramdhonah et al., 2019). Profitabilitas

yang meningkat dapat menyebabkan peningkatan harga saham Perusahaan. Naiknya harga saham juga mempengaruhi nilai Perusahaan.

Menurut Fitri & Mildawati, (2021) menyatakan bahwa nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas Perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi laba yang dihasilkan semakin besar kemungkinan deviden yang dibagikan kepada investor (pemegang saham) untuk imbal balik yang lebih tinggi. Jika Perusahaan ingin bertahan lama, maka Perusahaan harus menghasilkan keuntungan atau laba guna membiayai seluruh kebutuhan kegiatan operasional Perusahaan. Hal tersebut perlu dilakukan karena pada umumnya suatu Perusahaan tidak mampu bertahan tanpa adanya suatu kemampuan dalam menghasilkan keuntungan atau laba.

Menurut Santosa et al (2022), profitabilitas yang tinggi dapat mencerminkan kemampuan Perusahaan untuk menghasilkan imbal balik yang signifikan bagi pemegang sahamnya, dan semakin tinggi laba yang dihasilkan, semakin tinggi pula nilai Perusahaan. Jika suatu Perusahaan menghasilkan keuntungan yang besar, hal tersebut mengindikasikan efektivitas perputaran aset untuk meningkatkan nilai Perusahaan serta dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya (Noviani et al., 2019)

Penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian menunjukkan profitabilitas memiliki hasil yang tidak konsisten terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian yang telah dilakukan Chynthiawati & Jonnardi, (2022), Santoso & Junaeni, (2022), Anggita & Andayani, (2022), Ferdila et al (2023), menyatakan bahwa profitabilitas

berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana & Purwohandoko, (2022) dan Rohmatulloh, (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Objek Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Sektor Barang dan Konsumsi (*Consumer goods*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Perusahaan tersebut terdiri dari beberapa sub sektor antara lain industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, industri peralatan rumah tangga, dan industri lainnya.

Tabel 1. 1 Data Kinerja Indeks Sektoral Sektor *Consumer Goods*

Tahun	Total
2019	-10,74%
2020	-11,86%
2021	-16,04%
2022	7,89%

Sumber : www.idx.co.id

Pada tahun 2019 Kinerja Indeks sektor industri barang dan konsumsi (*Consumer goods*) berdasarkan data oleh Bursa Efek Indonesia berada pada -10,74%, selain itu kinerjanya anjlok hampir 20% tepatnya 19,31% berdasarkan data bursa hari Kamis (14/11/2019). Perusahaan yang harga sahamnya mengalami penurunan seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) turun 2,9% ke level Rp2,820/saham. Lalu saham PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) turun 3,09% ke level 2.820/unit. Demikian saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang turun 2,13% ke level Rp 10.350/unit dan saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) (CNBC Indonesia, 2019).

Pada Tahun 2020 berdasarkan data pada PT Bursa Efek Indonesia Kinerja Indeks Sektor consumer goods berada pada -11,86% yang berarti mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Selain itu, kinerja sektor *consumer goods* juga turun 19,17 persen sepanjang kuartal I/2020 terhadap saham beberapa Perusahaan terkait. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang turun 7,78% ke level Rp 9.775/saham per senin (21/12), PT Gudang Garam Tbk (GGRM) -5,58% menjadi Rp 41.850, dan PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) -4,38% ke Rp 1.530. PT Kino Indonesia Tbk (KINO) yang terkoreksi 4,12% menjadi Rp 7.290/saham, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) -3,42% ke level Rp 7.050, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) -1,61% menjadi Rp 7.625/saham.

Pada tahun 2021 Kinerja Indeks Sektor consumer goods berada -16,04%, yang berarti juga mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Indeks sektor saham barang konsumsi juga cenderung melemah secara year to date (ytd) turun 6,73 persen ke posisi 1.708,84 hingga penutupan perdagangan saham pada Jumat, 26 Maret 2021.

Keterkaitan kinerja indeks sektor dengan likuiditas adalah jika likuiditas tinggi maka dampak terhadap kinerja indeks sektoral yaitu dapat membantu meningkatkan harga saham secara keseluruhan dalam indeks sektoral karena investor lebih cenderung membeli saham-saham yang likuid. Jika likuiditas rendah dapat menyebabkan volatilitas yang lebih tinggi dalam harga saham perusahaan, yang nantinya dapat mempengaruhi kinerja indeks sektoral secara keseluruhan.

Keterkaitan kinerja indeks sektor dengan leverage adalah jika leverage

tinggi maka dampak terhadap kinerja indeks sektoral yaitu dapat meningkatkan potensi return bagi pemegang saham, karena perusahaan dapat menggunakan dana tambahan atau hutang tersebut untuk menghasilkan pendapatan atau keuntungan yang lebih besar dengan cara seperti membiayai proyek ekspansi, baik dalam bentuk pembelian aset baru, pengembangan produk, atau perluasan operasional perusahaan. Jika leverage rendah perusahaan mungkin kurang memiliki sumber daya finansial untuk mengambil keuntungan dari peluang pertumbuhan atau ekspansi dalam sektor.

Keterkaitan kinerja indeks sektor dengan profitabilitas adalah jika profitabilitas tinggi maka dampak terhadap kinerja indeks sektoral yaitu cenderung menarik investor karena menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan laba yang stabil dan menguntungkan yang dapat menyebabkan kenaikan harga saham perusahaan di sektor ini yang pada akhirnya dapat berkontribusi secara positif. Jika profitabilitas rendah maka dapat mengalami tekanan pada harga sahamnya, karena ketidakmampuan menghasilkan laba dengan maksimal maka timbul kekhawatiran terhadap stabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

Berdasarkan data yang dihimpun diatas terjadi ketidaksesuaian antara kondisi di lapangan dengan kondisi ideal yang seharusnya. Kondisi di lapangan menunjukkan trend penurunan terhadap kinerja indeks sektor consumer goods, dimana idealnya sektor *consumer goods* seharusnya menunjukkan trend kenaikan. Karena sektor ini mempunyai prospek yang menjanjikan dan menarik bagi investor kedepannya. Hal ini disebabkan karena produk-produk yang dihasilkan

selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Hal ini menunjukkan bahwa peran industri *consumer goods* mempunyai posisi yang dominan dalam perekonomian di Indonesia. Berdasarkan trend yang ada apakah IHSG dapat mempengaruhi kinerja perusahaan pada sektor ini terkhusus pada variabel penelitian peneliti yaitu likuiditas, leverage, dan profitabilitas. Karena kinerja perusahaan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan, sehingga penelitian ini dapat membantu memahami bagaimana kinerja perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor *consumer goods*. Berdasarkan hasil penjelasan latar belakang masalah dan fenomena gap yang terjadi serta hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang bervariasi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada sejumlah perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia dengan Judul **“Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 - 2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Pada tahun 2019 dan 2020 kinerja saham sektor industri barang dan konsumsi (*Consumer goods*) di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan, lalu pada 2021 indeks sektor saham barang konsumsi cenderung melemah secara year to date (ytd). Sektor consumer goods juga memiliki prospek yang menjanjikan karena produk – produk yang dihasilkan selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Selain itu juga didukung dengan data pada BEI bahwa perdagangan saham sektoral pada sektor *consumer goods* berada masuk ke dalam 20 besar dengan kapitalisasi pasar terbesar pada tahun 2022. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, maka terdapat rumusan masalah yang menjadi pertanyaan penelitian ini, antara lain :

1. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
2. Apakah leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris fenomena yang berkaitan dengan Likuiditas, Leverage, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Selain itu, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh dari likuiditas terhadap suatu nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh dari leverage terhadap suatu nilai perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh dari profitabilitas terhadap suatu nilai perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari mengetahui pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat digunakan dan memberikan manfaat di berbagai aspek, antara lain :

1. Bagi Investor

Di dalam penelitian akan membahas mengenai nilai perusahaan, yang bisa digunakan oleh investor sebagai referensi dan dapat mempermudah investor dalam memilih perusahaan dilihat dari sisi nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan berpengaruh penting terhadap kinerja dari suatu perusahaan

2. Bagi Entitas Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan suatu kinerja perusahaan dan dapat merubah pandangan investor terhadap

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memaksimalkan hasil dari nilai perusahaannya. Penelitian ini terdapat pembahasan mengenai pengaruh dari likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dapat digunakan sebagai referensi dalam meningkatkan suatu nilai perusahaan

3. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini nantinya akan dipublikasikan dalam jurnal yang terakreditasi yang dapat digunakan sebagai acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat isu atau topik penelitian yang sama.

4. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi sarana yang berguna untuk menyebarkan pengetahuan dan wawasan penulis serta pengetahuannya di bidang akuntansi keuangan. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan berpikir dan menambah wawasan terkait penerapan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya dalam proses pembelajaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdapat lima bagian sesuai dengan pedoman sistematika penulisan yang telah ditetapkan. Pembagian ini dimaksudkan untuk memudahkan pembahasan yang akan digunakan dalam proses penelitian. Bagian – bagian dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian mengenai pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* di bursa efek indonesia periode 2019-2022. Setelah itu, terdapat pembahasan mengenai rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai landasan teori yang akan digunakan oleh peneliti sebagai acuan dalam analisis penelitian, serta terdapat pembahasan mengenai hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian yang akan dilakukan. Dalam bab ini juga terdapat kerangka pikir dan rumusan hipotesis dari variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi bagaimana penelitian akan dilaksanakan dan cara yang akan digunakan dalam menganalisis topik penelitian. Metode penelitian ini menjabarkan mengenai definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis, interpretasi dan argumentasi terhadap hasil penelitian. Analisis hasil penelitian untuk menjawab tujuan penelitian atau pemecahan masalah yang telah diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang memuat simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan mengenai kelemahan dan kelebihan dalam penelitian dan saran dari hasil penelitian untuk pengembangan ilmu yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.