

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Investasi dalam suatu perusahaan dipengaruhi oleh nilai perusahaan. Investor akan tertarik menaruh saham di perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dan stabil. Nilai perusahaan sebagai salah satu indikator penting yang sering digunakan manajer untuk mengevaluasi kondisi dan performa perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pandangan perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dan memberikan manfaat bagi pemegang sahamnya. Menurut Raharja (2021) nilai perusahaan berfungsi sebagai tolok ukur investor atau pelanggan terhadap kinerja bisnis suatu perusahaan tertentu. Fungsi lainnya termasuk meningkatkan harga saham, kemakmuran pemegang saham, menjadi tolok ukur atas prestasi kerja manajer, mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara umum, mempertegas okupasi pasar terhadap produk perusahaan, serta membantu proyeksi keuntungan di masa mendatang. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Firdausya, Agustia, dan Permatasari (2021) menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas sebagai salah satu ukuran kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan pendapatan per saham. Investor akan tertarik untuk menaruh saham dan nilai perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan menjadi penilaian penting yang mencerminkan kinerja dan prospek suatu entitas bisnis di mata investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya. Penilaian terhadap nilai perusahaan menjadi krusial karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan, efisiensi operasional, serta potensi pertumbuhan jangka panjang. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat dan dinamis, pemahaman yang akurat terhadap nilai perusahaan dapat membantu manajemen dalam merumuskan strategi yang tepat serta menarik minat investor dan meningkatkan kepercayaan pasar. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang dinamis dan volatilitas pasar modal, perusahaan perlu mengelola faktor-faktor internalnya dengan hati-hati untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi persepsi investor dan harga saham perusahaan di pasar. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi, kondisi ekonomi makro, dan dinamika industri turut memengaruhi fluktuasi nilai perusahaan, sehingga analisis yang mendalam terhadap aspek ini menjadi semakin relevan dalam pengambilan keputusan bisnis yang strategis.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, *debt equity ratio* (DER) dan likuiditas. Ukuran perusahaan sebagai stabilitas dan kapasitas operasional perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaannya. Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Gunawan & Viriany, (2023) menekankan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi mengindikasikan kesehatan finansial perusahaan dan meningkatkan persepsi

positif di mata investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. *Debt to equity ratio* (DER) menunjukkan struktur modal dan tingkat risiko finansial. DER yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan rendah karena perusahaan memiliki beban utang yang tinggi dan berisiko lebih besar dalam hal pengelolaan keuangan (Haryanto & Dewi, 2022) sedangkan likuiditas mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik cenderung lebih stabil dan memiliki kemampuan untuk bertahan di tengah kondisi pasar yang tidak pasti, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut (Sari & Jatmiko, 2021).

Perusahaan manufaktur memiliki beberapa sektor salah satunya *Fast-Moving Consumer Goods* (FCMG). Perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) adalah sebuah perusahaan dengan bisnis yang menjual berbagai produk kebutuhan sehari-hari (Kurniawan, 2023). Produk-produk tersebut seperti produk makanan, minuman, obat-obatan, sabun, sampo, serta produk-produk lain yang dinilai cepat habis karena digunakan setiap hari. Produk-produk dari perusahaan FMCG ini biasanya memiliki harga yang terjangkau dengan perputaran omset yang cepat. Hal ini dikarenakan produk-produk tersebut merupakan produk yang cepat habis sehingga konsumen sering kali membelinya. Menurut Stockbit Snips (2022), permintaan yang relatif stabil membuat industri FMCG menjadi salah satu sektor yang menarik bagi investor. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, industri ini mengalami tantangan akibat fluktuasi daya beli masyarakat, inflasi, peningkatan biaya bahan baku dan

boikot masyarakat terkait kasus Israel. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya dalam sektor FMCG yang memerlukan investasi besar dan pengelolaan sumber daya yang efisien.

Penurunan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sektor barang konsumsi (*Fast Moving Consumer Goods*/FMCG) di Indonesia selama tahun 2023 menjadi perhatian penting dalam memahami dinamika nilai perusahaan. Salah satu contoh nyata adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang mencatatkan penurunan penjualan bersih dari Rp41,21 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp38,61 triliun pada tahun 2023. Tidak hanya itu, laba bersih UNVR juga mengalami penurunan sebesar 10,51%, yaitu dari Rp5,36 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp4,80 triliun pada tahun 2023 (Kembaren et al., 2024). Kondisi serupa juga dialami oleh PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), yang mencatatkan penurunan laba bersih sebesar 22,89% dari Rp432,22 miliar pada tahun 2022 menjadi Rp333,29 miliar pada tahun 2023, serta penurunan pendapatan dari Rp3,93 triliun menjadi Rp3,82 triliun pada periode yang sama (Kembaren et al., 2024). Penurunan tersebut dipengaruhi oleh menurunnya kinerja pendapatan serta meningkatnya beban usaha (IDN Financials, 2024). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pertumbuhan industri manufaktur secara keseluruhan mengalami perlambatan, dari 4,89% pada 2022 menjadi 4,34% pada 2023. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun sektor FMCG termasuk sektor yang relatif stabil, perusahaan-perusahaan di dalamnya tetap rentan terhadap

tekanan operasional dan pasar yang dapat berdampak langsung terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian menemukan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan DER dan likuiditas memiliki pengaruh yang lebih kompleks. Studi oleh Nuraghnia & Ramli (2023) menunjukkan bahwa DER dan *return on assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara *current ratio* (CR) berpengaruh positif dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada sektor FMCG yang terdaftar di BEI. Penelitian oleh Fini Rahma & Retno Fuji Oktaviani (2023) menemukan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019–2023. Sementara itu, penelitian oleh Rius Witari & Simanungkalit dan Evelin R. R. Silalahi (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, DER berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan CR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian terdahulu menghasilkan kesimpulan yang bervariasi, maka penulis perlu melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian tentang:

“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Debt Equity Ratio dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan

Manufaktur sektor FMCG yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2023)”.

1. 2 Rumusan Masalah

Beberapa perusahaan manufaktur sektor FMCG mengalami penurunan laba bersih antara tahun 2021-2023. Penurunan laba bersih dialami karena beberapa faktor, baik secara internal maupun eksternal. Faktor internal dipengaruhi oleh kualitas produk yang menurun, biaya produksi meningkat, penurunan penjualan seperti munculnya harga tidak kompetitif di pasar, manajemen keuangan yang buruk, beban keuangan yang tinggi seperti beban bunga, beban pajak, dan lainnya. Faktor eksternal yang mempengaruhi penurunan laba yaitu inflasi tinggi, fluktuasi nilai tukar rupiah rendah, persaingan dengan kompetitor, perubahan regulasi pemerintah, geopolitik internasional dan pandemi Covid-19. Sedangkan, pendapatan telah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Namun, nilai perusahaan mengalami penurunan. Kenaikan pendapatan dan penurunan investasi merupakan fenomena *gap* karena berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, seharusnya kenaikan pendapatan diikuti dengan kenaikan angka investasi. Perusahaan manufaktur sektor FMCG menunjukkan kenaikan pendapatan dan penurunan nilai investasi yang fluktuatif pada tahun 2021-2023. Maka, ditemukan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *debt equity ratio* dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka terdapat 4 pertanyaan mengenai penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor fmcg yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021- 2023?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor fmcg yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021- 2023?
3. Apakah *Debt Equity Ratio* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor fmcg yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021- 2023?
4. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor fmcg yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021- 2023?

1. 3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan mengkaji ukuran perusahaan, profitabilitas, *Debt Equity Ratio* (DER), dan likuiditas dalam konteks sektor FMCG di Indonesia, penelitian ini dapat memperkaya teori tentang penilaian perusahaan serta pengaruh struktur keuangan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam mengembangkan model analisis keuangan yang lebih relevan dengan kondisi pasar modal Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat literatur mengenai manajemen keuangan perusahaan di sektor FMCG, yang dapat digunakan sebagai landasan untuk studi lebih lanjut dalam bidang investasi dan strategi perusahaan.

2. Manfaat praktis

A. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi calon investor maupun investor dalam menentukan dan mengambil keputusan investasi dengan bijaksana.

B. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan atau rekomendasi bagi para perusahaan khususnya di bidang manufaktur dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan agar dapat menarik minat investor.

C. Bagi Pembaca dan Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan yang berkah bagi pembaca serta dapat bermanfaat dan menjadi inspirasi bagi pembaca untuk menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memotivasi penelitian lebih lanjut dengan variabel tambahan atau pendekatan yang berbeda untuk mengembangkan teori yang lebih komprehensif.

D. Bagi Pemerintah dan Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data empiris yang dapat digunakan dalam merancang kebijakan yang mendukung stabilitas sektor FMCG di pasar modal Indonesia

dan membantu pemerintah atau regulator dalam membuat regulasi dalam memahami pola pengaruh berbagai faktor keuangan terhadap nilai perusahaan sehingga dapat menciptakan regulasi yang lebih efektif.

1. 4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dengan lima bab yang meliputi:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran