

BAB I

PENDAHULUAN

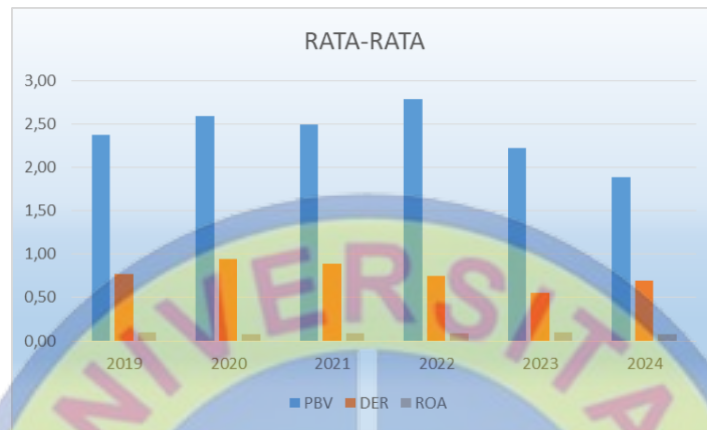
1.1 Latar Belakang

Sektor barang konsumen primer memegang posisi yang sangat krusial dalam mengembangkan ekonomi Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi signifikan, bahkan menjadi salah satu yang terbesar di antara sektor lainnya di tanah air. Selain itu, sektor barang konsumen primer merupakan sektor utama yang memenuhi kebutuhan pokok masyarakat di Indonesia.

Pengembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini semakin menuntut agar semua perusahaan mampu mengelola dan memaksimalkan nilai perusahaan secara efisien. Hal ini disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan di berbagai sektor industri. Perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kinerja mereka agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan tidak hanya akan memperkuat posisi mereka di pasar, namun juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan (Iwang dan Hazmi, 2023).

Perusahaan yang telah didirikan tentu saja memiliki tujuan yang jelas untuk memperoleh keuntungan. Tujuan lain dari pendirian perusahaan yaitu untuk mengoptimalkan nilai pemilik saham dan meningkatkan nilai jual di pasar saham. Kemajuan di pasar modal Indonesia mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan nilai mereka. Nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia biasanya tercermin dari harga saham yang relatif tinggi dan stabil. Nilai perusahaan

yang baik dapat menarik perhatian investor yang sudah menanamkan modal di perusahaan tersebut (Nasution, 2021).



Sumber: www.idx.co.id data yang diolah.

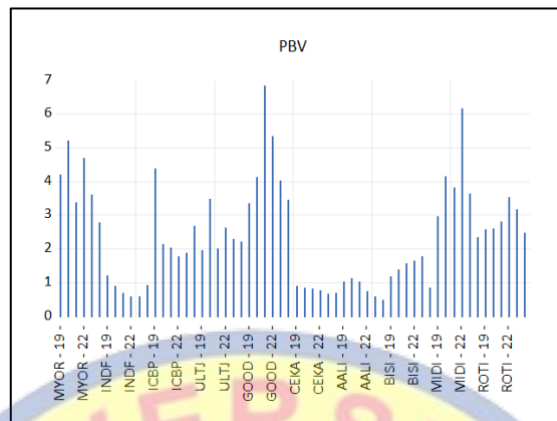
Gambar 1.1 Rata- rata DER, ROA, dan PBV perusahaan sektor barang konsumen primer periode 2019-2024

Berdasarkan grafik rata-rata *Price to Book Value* (PBV), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Return on Assets* (ROA), nilai rata-rata PBV mengalami penurunan, di mana pada tahun 2019 hingga 2022 cenderung stabil di kisaran 2,5 hingga 2,8, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2023 dan 2024. Hal ini mengindikasikan bahwa valuasi pasar terhadap perusahaan relatif tinggi pada periode awal, namun menurun dalam dua tahun terakhir. Sementara itu, DER sempat mengalami peningkatan pada tahun 2020 dan 2021, lalu kembali menurun pada tahun 2022, 2023, dan 2024. Penurunan DER ini menunjukkan adanya upaya perusahaan untuk mengurangi ketergantungan utang terhadap dan memperkuat struktur permodalan. Di sisi lain, ROA selama enam tahun terakhir terlihat relatif stabil pada angka yang rendah, yang mencerminkan bahwa efisiensi perusahaan

dalam memperoleh keuntungan dari aset yang dimiliki belum mengalami perubahan signifikan.

Menurut Weston & Thomas (1996), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai yang wajar dari sebuah perusahaan yang mencerminkan pandangan investor mengenai perusahaan yang dimaksud. Nilai perusahaan merupakan nilai penjualan atau nilai pertumbuhan pemilik saham. Nilai perusahaan tercermin dalam harga pasar saham. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, kemakmuran bagi pemegang saham juga akan bertambah jika harga suatu saham perusahaan terus meningkat. Kenaikan harga saham, semakin besar manfaat yang diperoleh pemilik saham. Nilai perusahaan sangat penting karena ketika perusahaan memiliki nilai tinggi, pemegang saham akan terus berkembang. Tingginya harga saham mencerminkan tingginya nilai sebuah perusahaan (Valentini dkk., 2024).

Nilai tinggi perusahaan merupakan harapan pendiri perusahaan, karena hal ini juga sangat dihormati oleh pemegang saham. Jumlah pemilik saham dan nilai perusahaan ditunjukkan oleh harga saham yang berlaku, yang mencerminkan keputusan investasi, pembiayaan, dan manajemen aset. Faktor-faktor yang berperan dalam menentukan besarnya nilai sebuah perusahaan, yaitu likuiditas, profitabilitas leverage, dan ukuran perusahaan (Valentini dkk., 2024). Nilai perusahaan di dalam penelitian ini diproksikan menggunakan Price to Book Value. Nilai perusahaan PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku sebuah perusahaan.



Sumber: www.idx.co.id data yang diolah.

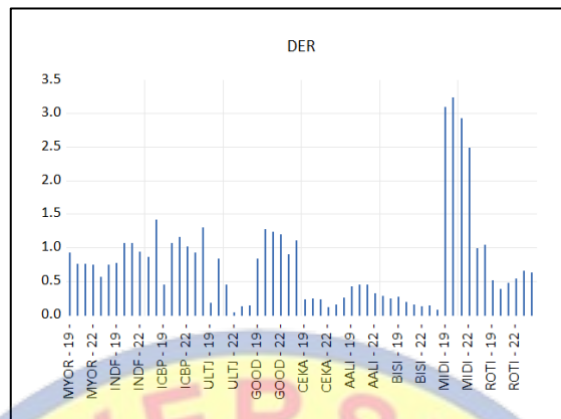
Gambar 1.2 Rata-rata *Price to Book Value* perusahaan sektor barang konsumen primer periode 2019-2024

Berdasarkan data *Price to Book Value* (PBV) yang dihimpun dari sepuluh perusahaan sektor barang konsumen primer yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Nilai PBV pada perusahaan sektor barang konsumen primer mengalami fluktuasi dengan mencerminkan perubahan sentimen pasar dan prospek pertumbuhan perusahaan. Berdasarkan grafik PBV yang ditampilkan, nilai PBV tiap perusahaan pada tahun 2019, 2021, 2022 dan 2024 menunjukkan variasi yang cukup signifikan. MYOR memiliki PBV sekitar 4,7 di 2019 dan mengalami penurunan bertahap hingga sekitar 2,8 pada 2022. INDF menunjukkan PBV stabil rendah, sekitar 1 pada ketiga tahun tersebut. ICBP sedikit lebih tinggi dari INDF, dengan PBV mendekati 2,5 di 2019, menurun ke sekitar 2 pada 2021 dan stabil pada 2022. ULTI mengalami kenaikan dari PBV sekitar 2,5 di 2019 menjadi hampir 3,5 di 2022. GOOD mencatat lonjakan tajam dari sekitar 3,5 di 2019 menjadi puncaknya di atas 6 pada 2022, menjadikannya emiten dengan PBV tertinggi dalam grafik ini. CEKA memiliki PBV rendah dan konstan, berkisar di angka 1 sepanjang

tiga tahun. AALI juga stabil rendah, sedikit di atas 1. BISI menunjukkan kenaikan dari sekitar 1,3 pada 2019 menjadi hampir 2,5 di 2022. MIDI mengalami lonjakan signifikan dari sekitar 1,5 di 2019 menjadi di atas 5 di 2022. Sementara itu, ROTI meningkat dari PBV sekitar 2 pada 2019 menjadi sekitar 3,2 pada 2022. Pergerakan angka-angka ini menunjukkan bahwa emiten seperti GOOD dan MIDI mengalami peningkatan valuasi pasar yang paling drastis, sementara beberapa perusahaan lain seperti INDF, CEKA, dan AALI tetap relatif stabil dengan valuasi yang lebih rendah.

Menurut Kasmir (2019), leverage adalah Rasio yang dipakai untuk menilai seberapa banyak aset perusahaan dibiayai oleh utang. Ini berarti, seberapa besar beban utang yang dimiliki perusahaan jika dibandingkan dengan asetnya. Secara umum, leverage digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya, baik yang jatuh tempo dalam waktu dekat maupun yang lebih jauh. Leverage merupakan rasio yang memiliki hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal dan aset, rasio ini dapat melihat volume bisnis perusahaan yang dibiayai melalui hutang atau pihak eksternal dengan kekayaan organisasi yang digambarkan melalui modal (Damayanti & Sucipto, 2022).

Penelitian yang sudah dilakukan oleh sejumlah peneliti di Indonesia yang berkaitan tentang pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fatehah (2023) meneliti tentang, pengaruh DER terhadap nilai perusahaan menunjukan DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wildan dkk., (2024) DER berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.



Sumber: www.idx.co.id data yang diolah.

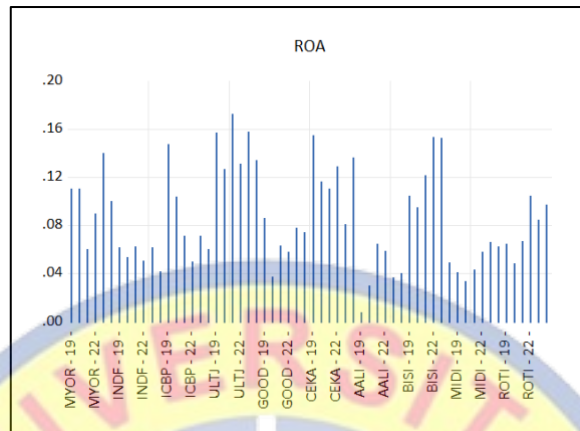
Gambar 1.3 Rata-rata *Debt to Equity Ratio* perusahaan sektor barang konsumen primer periode 2019-2024

Berdasarkan data *Debt to Equity Ratio* (DER) diatas yang dihimpun dari sepuluh perusahaan barang sektor konsumen primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Secara umum, sebagian besar perusahaan dalam grafik ini mempertahankan DER di bawah angka 1, yang mencerminkan struktur permodalan yang relatif sehat dan minim ketergantungan terhadap utang. Beberapa perusahaan seperti CEKA, AALI, dan BISI menunjukkan DER yang sangat rendah dan stabil dari tahun ke tahun, menandakan tingkat leverage yang konservatif. Di sisi lain, terdapat emiten seperti MIDI yang menunjukkan DER sangat tinggi dibanding perusahaan lainnya, dengan lonjakan tajam pada 2021 sebelum akhirnya menurun secara signifikan pada 2022. Hal ini menunjukkan bahwa MIDI sempat sangat bergantung pada utang, namun kemudian melakukan penyesuaian dalam struktur keuangannya. Beberapa emiten lainnya, seperti ICBP dan GOOD, mengalami fluktuasi DER meskipun tetap berada dalam batas wajar. Pergerakan ini mencerminkan dinamika strategi pendanaan masing-masing perusahaan dalam

menyeimbangkan antara penggunaan modal sendiri dan utang untuk mendukung operasional maupun ekspansi bisnisnya.

Menurut (Thian, 2022) Rasio profitabilitas diterapkan guna menilai seberapa efektif suatu perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, baik yang diukur berdasarkan keseluruhan aset, total modal, maupun total belanja (Aulia dkk., 2020). Profitabilitas atau laba adalah penghasilan yang dihasilkan setelah dikurangi semua biaya dan kerugian selama periode laporan. Melakukan analisis terhadap profitabilitas sangat penting untuk kreditur dan pemegang saham. Bagi kreditur, laba berfungsi sebagai sumber pembayaran untuk bunga dan pokok pinjaman. Sementara itu, untuk pemegang saham, laba menjadi salah satu elemen yang mempengaruhi fluktuasi nilai sekuritas. Hal terpenting bagi perusahaan adalah cara untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham, bukan seberapa besar laba yang dicapai oleh perusahaan (Soge & Brata, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian Iwang dan Hazmi (2023) meneliti tentang pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Fatehah, (2023) meneliti tentang pengaruh *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Return on Assets* memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan pada hasil peneliti terdahulu bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Yaitu perbedaan objek yang diteliti, penggunaan metode dalam penelitian, jumlah sampel yang didapatkan, dan kondisi perekonomian



Sumber: www.idx.co.id data yang diolah.

Gambar 1.4 Rata-rata Return on Assets perusahaan manufaktur periode 2019-2023

Berdasarkan grafik Return on Assets (ROA) dari tahun 2019 hingga 2024, terlihat bahwa setiap perusahaan sektor barang konsumen primer mengalami pergerakan kinerja keuangan yang bervariasi. Perusahaan seperti ICBP dan ULTI konsisten mencatat ROA tinggi di atas 12%, menandakan efisiensi tinggi dalam menghasilkan laba dari aset. Sebaliknya, perusahaan seperti MIDI dan AALI menunjukkan ROA rendah, sebagian besar di bawah 4%, yang mengindikasikan rendahnya tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki. Pada tahun 2021, mayoritas perusahaan mengalami penurunan ROA akibat dampak pandemi COVID-19 yang memengaruhi operasional dan permintaan pasar. Namun, mulai 2022 hingga 2024, sebagian besar emiten mulai menunjukkan tren pemulihan dengan peningkatan ROA secara bertahap. ROTI dan MYOR, misalnya, mencatat kenaikan ROA yang stabil, sementara CEKA dan BISI tetap menunjukkan performa moderat.

Penelitian tentang pengaruh leverage dan profitabilitas pada nilai perusahaan dalam industri sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada 2019-2023 menunjukkan beberapa celah yang dapat dieksplorasi lebih lanjut. Studi sebelumnya telah meneliti efek leverage dan profitabilitas pada nilai perusahaan, tetapi hasilnya berbeda dan seringkali bertentangan. Sebagai contoh, beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa leverage memiliki dampak signifikan pada nilai perusahaan, sementara yang lain menemukan bahwa leverage tidak memiliki dampak yang signifikan. Selain itu, sementara profitabilitas sering memiliki efek positif dan penting pada nilai perusahaan, ada penelitian lain yang menunjukkan bahwa profitabilitas bukan efek yang signifikan (Fatehah, 2023).

Pada kondisi saat ini, Sektor manufaktur Indonesia menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks, termasuk fluktuasi pasar dan perubahan dalam kebijakan ekonomi yang dapat memengaruhi kinerja keuangan. Seperti yang telah dicantumkan oleh beberapa grafik yang ada menunjukan leverage, profitabilitas dan nilai perusahaan mengalami fluktuasi. Dengan memeriksa efek dari leverage dan profitabilitas pada nilai perusahaan sektor manufaktur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan lebih banyak wawasan tentang kontribusi faktor-faktor keuangan ini terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian ulang mengenai faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan di atas dengan judul **“Pengaruh Financial Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2024”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya fluktuasi pada variabel- variabel yang memengaruhi nilai perusahaan selama periode 2019-2023.
2. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda beda mengenai pengaruh financial leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Kondisi eksternal seperti keadaan ekonomi makro, perubahan regulasi, dan kebijakan pemerintah juga dapat memengaruhi hubungan antara financial leverage,profitabilitas, dan nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks latar belakang dan permasalahan yang telah diidentifikasi diatas, penelitian ini akan membatasi fokusnya pada:

1. Penelitian ini hanya di fokuskan pada perusahaan- perusahaan yang tergolong dalam sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2024.
2. Penelitian ini membatasi analisis pada 2 variabel independen yaitu financial leverage dan profitabilitas, serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
3. Sampel penelitian dibatasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang memenuhi kriteria tertentu, seperti memiliki laporan keuangan lengkap selama periode 2019-2024 dan tidak mengalami delisting dari BEI selama periode penelitian.

4. Penelitian ini dimulai pada bulan februari 2025 dan selesai pada bulan juli 2025.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat Financial Leverage, profitabilitas dan nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer periode 2019-2024.
2. Seberapa besar pengaruh Financial Leverage dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Seberapa besar pengaruh Financial Leverage yang diukur oleh DER terhadap nilai perusahaan.
4. Seberapa besar pengaruh profitabilitas yang diukur oleh ROA terhadap nilai perusahaan.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya Penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi serta menguji pengaruh dari financial leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2024. Selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi dengan konsentrasi Manajemen Keuangan dari Fakultas Ekonomi di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah yang telah di kemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis:

1. Tingkat Financial Leverage, Profitabilitas, dan nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024.
2. Pengaruh Financial Leverage dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024.
3. Pengaruh Financial Leverage yang diukur oleh DER terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024.
4. Pengaruh profitabilitas yang diukur oleh ROA terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan pertumbuhan ilmu pengetahuan, terutama dalam aspek manajemen keuangan serta pasar modal, dengan meneliti pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer di BEI tahun 2019-2024.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Diharapkan Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan saran Untuk pihak manajemen perusahaan, terutama pada sektor barang konsumen primer, dalam membuat pilihan strategis yang berkaitan dengan struktur modal, pengelolaan pinjaman, serta peningkatan profitabilitas demi memaksimalkan nilai perusahaan.
2. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi para investor dalam menilai kinerja finansial perusahaan serta membuat keputusan investasi, khususnya dalam memilih perusahaan yang memiliki nilai stabil atau prospek pertumbuhan yang baik.
3. Hasil dari penelitian ini akan berguna bagi akademisi, profesional keuangan, dan pihak lain yang berkepentingan dalam memahami indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor barang konsumen primer.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Lokasi ini dipilih karena BEI memberikan informasi seputar perusahaan yang diperjualkan secara bebas yang memenuhi kriteria tertentu untuk diklasifikasikan sebagai perusahaan dengan eksekusi yang baik.

1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul dan tempat penelitian																												
2	Pengajuan Bab 1																												
3	Pengajuan Bab 2																												
4	Pengajuan Bab 3																												
5	Sidang Usulan Penelitian																												
6	Revisi Usulan Penelitian																												
7	Pengajuan Bab 4 dan 5																												
8	Sidang Akhir																												

