

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Makin sengitnya persaingan bisnis menjadikan perusahaan tentunya tidak dapat lepas dari pengaruh faktor sosial, politik, teknologi, dan perubahan kondisi ekonomi di sekitarnya. Perusahaan perlu menjalankan operasionalnya dengan lebih efisien dan optimal, serta menghadirkan inovasi yang mampu memberikan keunggulan kompetitif untuk memastikan keberlanjutan bisnis. Satu di antara hal krusial yang perlu diperhatikan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan ialah nilai perusahaan. Nilai tersebut memperlihatkan sebaik apakah kinerja perusahaan secara keseluruhan serta menjadi acuan bagi pasar dalam menilainya. Menurut Ningrum (2022), investor menganggap nilai perusahaan sangat krusial dikarenakan bisa menunjukkan apakah perusahaan berjalan dengan baik serta membantu mereka menilai apakah perusahaan punya peluang bagus di waktu mendatang.

Nilai perusahaan yang tinggi tak sekadar memperlihatkan kinerja yang bagus, melainkan turut memberi manfaat langsung bagi kesejahteraan pemegang saham. Menurut Yuni (2022), sasaran pokok perusahaan ialah memberi peningkatan pada kesejahteraan pemilik ataupun pemegang saham lewat optimalisasi nilai perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan, makin,

besar pula keuntungan (return) yang diterima pemegang sahamnya, sehingga minat investor untuk melakukan investasi pun meningkat. Peningkatan nilai perusahaan pun menjadi satu dari fokus krusial dalam menarik investasi dan menjaga keberlangsungan bisnis.

Nilai perusahaan menjadi satu di antara hal yang sangat diperhatikan karena berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi. Pihak manajemen dituntut untuk terus menjaga serta mengoptimalkan kinerja perusahaan agar bisa menciptakan nilai perusahaan yang tinggi, sehingga memberi keuntungan untuk pemegang saham maupun menarik minat investor baru (Lestari, 2023). Menurut Ambarwati & Vitaningrum (2021), nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap seberapa jauh manajemen bisa mengoptimalkan penggunaan aset yang dipunya oleh perusahaan tersebut. Satu dari cara guna menilai nilai perusahaan ialah melalui Price Book Value (PBV), yakni rasio yang memperlihatkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola ekuitas untuk menciptakan nilai buku (Ali & Ali, 2021). Makin tinggi nilai PBV, makin besar pula keuntungan yang bisa dirasakan pemegang saham, serta makin baik pula pandangan pasar dan investor terhadap masa depan perusahaan (Idris, 2021).

Sektor customer non-cyclicals atau barang konsumsi primer menjadi satu di antara sektor penting di pasar modal Indonesia karena menyediakan barang dan jasa kebutuhan primer misalnya makanan, minuman, produk

kesehatan, dan barang rumah tangga yang permintaannya relatif stabil. Data dari Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwasanya hingga tahun 2023, terdapat 118 perusahaan yang terdaftar dalam sektor ini, dan sektor ini dinilai lebih tahan terhadap gejolak ekonomi karena produknya tetap dibutuhkan masyarakat di segala kondisi (IDX, 2024). Produk dari sektor ini dianggap esensial karena dikonsumsi setiap hari dan cenderung tidak tergantikan, sehingga membuat perusahaan dalam sektor ini mempunyai prospek menjanjikan untuk jangka panjangnya. Melalui tingginya stabilitas permintaan, pemodal menilai sektor ini sebagai pilihan yang aman ketika pasar sedang tidak menentu atau dilanda krisis ekonomi. Hal ini pula yang menjadikan sektor customer non-cyclicals menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam hal bagaimana faktor keuangan internal memengaruhi nilai perusahaan di dalamnya.

Walaupun secara teori sektor customer non-cyclicals tergolong defensif karena disebut stabil serta tahan atas gejolak perekonomian, kenyataannya di Indonesia sektor ini sempat mengalami penurunan kinerja yang cukup signifikan. Hal tersebut terlihat di tahun 2020 dan 2021, ketika indeks sektor ini tercatat menurun sebesar 15,63% dalam setahun. Bahkan, beberapa perusahaan besar seperti UNVR dan HMSP mengalami penurunan harga saham yang cukup tajam, yaitu hingga 30,95% (Kontan.co.id, 2021). Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh kondisi makroekonomi yang tidak menentu, kenaikan inflasi, serta melemahnya daya beli masyarakat yang berimbas langsung pada volume konsumsi harian. Walau begitu, di

akhir 2022 sektor tersebut kembali bangkit dengan pertumbuhan positif sejumlah 2,5%, dan saham beberapa emiten seperti ICBP dan MYOR naik masing-masing sebesar 23,53% dan 13%, menunjukkan bahwa sektor ini tetap menarik bagi investor meskipun sempat terdampak tekanan ekonomi (IDX, 2024). Kebangkitan ini membuktikan bahwa sektor customer non-cyclicals memiliki daya tahan yang baik dalam jangka panjang, tetapi tetap tidak kebal terhadap pengaruh eksternal seperti krisis global atau lonjakan harga bahan baku. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun bersifat stabil, sektor customer non-cyclicals tetap dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti inflasi, daya beli masyarakat, serta efisiensi internal perusahaan dalam mengelola keuangannya.

Perbedaan nilai perusahaan dalam sektor yang sama yang terlihat cukup mencolok menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi persepsi pasar terhadap masing-masing perusahaan. Faktor krusial yang memengaruhi nilai sebuah perusahaan salah satunya profitabilitas. Secara sederhana, profitabilitas memperlihatkan sebesar apa keuntungan bersih yang bisa didapat perusahaan dari aktivitas operasionalnya. Jika perusahaan mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi, hal ini menandakan bahwasanya prospek bisnisnya bagus. Kondisi ini biasanya menarik perhatian investor dan mendorong naiknya permintaan terhadap saham perusahaan. Makin tingginya pertumbuhan profitabilitas, makin positif pula pandangan investor terhadap masa depan perusahaan.

Ketika perusahaan mampu meningkatkan laba, harga sahamnya pun cenderung ikut naik (Imam dkk, 2021).

Profitabilitas berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan. Menurut Komala dkk (2021), rasio profitabilitas yang tinggi merepresentasikan kapasitas perusahaan dalam memperoleh laba secara maksimal. Jika perusahaan mampu mencetak laba besar dari kegiatan operasional dalam periode tertentu, hal tersebut memperlihatkan bahwasanya kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik. Keberhasilan ini dapat memberi peningkatan pada kepercayaan investor, yang kemudian menyebabkan peningkatan nilai saham perusahaan. Kenaikan ini secara langsung turut memperkuat nilai keseluruhan perusahaan.

Sebaliknya, jika profitabilitas perusahaan tidak terjaga dengan baik dan menurun, maka nilai perusahaannya pun akan ikut menurun. Investor biasanya menganggap bahwa kinerja perusahaan memburuk, sehingga mereka cenderung menarik investasinya dengan menjual saham yang dimiliki. Dengan kata lain, profitabilitas sangat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menjaga performa keuangannya dianggap lebih mampu memberikan keuntungan bagi para pemegang saham. Pandangan ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian Ambarwati & Vitaningrum (2021) yang memberi kesimpulan bahwasanya profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan. Namun, tidak sama dengan temuan

penelitian dari Kristiadi & Herijawati (2023) yang mengemukakan bahwasanya nilai perusahaan tidak diberi pengaruh secara signifikan oleh profitabilitas.

Solvabilitas merupakan faktor lainnya yang turut memengaruhi nilai sebuah perusahaan. Rasio ini dimanfaatkan guna menilai seberapa besar perusahaan memanfaatkan penggunaan utang dalam mendanai aset-asetnya. Dengan kata lain, solvabilitas menunjukkan perbandingan diantara jumlah utang perusahaan dengan keseluruhan asetnya. Menurut Komala dkk (2021), solvabilitas juga merepresentasikan kapasitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka panjangnya. Selain itu, rasio ini membantu menilai sebesar apa porsi utang bila dikomparasikan dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Satu di antara indikator umum yang dimanfaatkan guna menilai solvabilitas ialah Debt to Equity Ratio (DER). Makin rendahnya skor DER, makin baiknya kondisi perusahaan. DER yang rendah mengindikasikan bahwa utang perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan asetnya. Dalam situasi yang tidak diinginkan, seperti kebangkrutan, perusahaan dengan DER rendah memiliki kemampuan lebih baik untuk melunasi seluruh kewajibannya. Sebaliknya, DER yang tinggi memperlihatkan bahwasanya jumlah utang perusahaan lebih besar dibandingkan dengan modalnya, yang berarti perusahaan sangat bergantung pada sumber dana eksternal. Jika utang tidak dikelola dengan optimal, hal ini bisa berefek negatif pada kondisi keuangan perusahaan.

Rasio solvabilitas juga mencerminkan struktur modal suatu perusahaan, termasuk sumber pendanaan jangka panjangnya. Idris (2021) menyatakan bahwa solvabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Artinya, perusahaan yang mempunyai tingkat solvabilitas yang optimal berkecenderungan lebih dipercaya oleh investor karena dianggap memiliki kredibilitas tinggi. Selain itu, perusahaan yang mampu menjaga rasio solvabilitasnya juga lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditur saat membutuhkan tambahan dana dari luar, karena dinilai mampu memenuhi kewajiban jangka panjang dengan baik. Pandangan ini selaras dengan hasil penelitian Komala dkk (2021) yang memperlihatkan bahwasanya solvabilitas memang memengaruhi nilai perusahaan. Akan tetapi, berlainan dengan studi Kristiadi & Herijawati (2023), yang menyebutkan bahwa solvabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan pun menjadi satu di antara faktor yang sangat memengaruhi nilai perusahaan. Investor dan kreditor biasanya memperhatikan faktor ini, terutama dalam sektor customer non-cyclicals yang menawarkan produk kebutuhan pokok dengan volume distribusi tinggi dan tingkat persaingan pasar yang ketat. Perusahaan berskala besar dalam sektor ini umumnya memiliki keunggulan dari segi efisiensi operasional, jangkauan distribusi yang luas, serta kekuatan merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat (Fajriah dkk., 2022). Menurut Farizki dkk. (2021), ukuran perusahaan terlihat melalui total aset yang dipunyainya, seperti kapasitas produksi, jaringan distribusi, fasilitas logistik, hingga infrastruktur

pendukung lainnya. Makin besarnya aset yang dipunya, makin besarnya pula ruang gerak manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menjaga stabilitas dan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan customer non-cyclicals yang berukuran besar biasanya memiliki keunggulan bersaing, seperti operasional yang lebih efisien, merek yang sudah kuat di mata konsumen, jaringan distribusi yang luas, serta kemudahan dalam mengakses pasar modal untuk mendapatkan tambahan dana guna mendukung perkembangan usahanya. Berlandaskan pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan bisa diklasifikasikan sebagai usaha besar, yang dalam sektor ini biasanya mencakup perusahaan nasional atau multinasional dengan aset dan pendapatan yang tinggi serta jangkauan pasar yang luas. Ukuran perusahaan dalam sektor customer non-cyclicals tidak hanya mencerminkan kapasitas finansial, tetapi juga kemampuan dalam mengelola risiko operasional seperti fluktuasi biaya bahan baku, perubahan perilaku konsumen, serta tekanan persaingan dari produk substitusi. Perusahaan besar di sektor ini umumnya lebih mampu menjaga stabilitas produksi dan distribusi, meningkatkan skala ekonomi, serta mempertahankan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Kondisi ini menjadikan perusahaan berskala besar di sektor customer non-cyclicals lebih diminati oleh investor, karena dianggap memiliki ketahanan yang kuat serta prospek bisnis yang menjanjikan. Pandangan ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Hidayat & Khotimah (2022) yang memperlihatkan bahwasanya ukuran perusahaan memengaruhi

nilai perusahaan. Tetapi, temuan tersebut berbeda dengan penelitian Kristiadi & Herijawati (2023) yang menyimpulkan bahwasanya ukuran perusahaan tak memengaruhi nilai perusahaan.

Variabel selanjutnya yang memengaruhi nilai perusahaan ialah likuiditas, yakni kapasitas perusahaan dalam melunasi tanggungan finansial yang harus diselesaikan dalam jangka pendek (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Secara teoritis, likuiditas mempunyai hubungan positif dengan nilai perusahaan. Maknanya, makin tingginya tingkat likuiditas suatu perusahaan, makin besar pula nilai perusahaannya. Kebalikannya, likuiditas yang rendah bisa meminimalisasi nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menjaga ketersediaan kas yang cukup akan membantu dalam memberi pemenuhan pada kewajiban jangka pendeknya, hingga pada gilirannya berdampak baik bagi peningkatan nilai perusahaan. Pada studi, salah satu rasio yang dimanfaatkan guna menilai likuiditas ialah Loan to Deposit Ratio (LDR). Rasio ini umum dimanfaatkan penggunaannya di sektor perbankan untuk melihat seberapa besar kredit yang disalurkan kepada debitur dibanding dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Sehingga, LDR menunjukkan seberapa mampu bank menyalurkan dana kepada nasabah dengan mengandalkan modal sendiri maupun dana dari pihak ketiga.

Likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan perlu menjaga tingkat likuiditasnya

untuk membiayai berbagai kebutuhan, seperti operasional perusahaan, pelunasan utang yang jatuh tempo, investasi, pembayaran dividen, hingga menghindarkan perusahaan dari risiko kebangkrutan. Tingkat likuiditas yang baik juga memberikan keyakinan dan rasa aman bagi investor, sehingga perusahaan dengan likuiditas yang terjaga dinilai lebih menarik untuk dijadikan tempat berinvestasi. Penelitian yang dijalankan oleh Imam dkk (2021) mendukung pandangan bahwasanya likuiditas memengaruhi nilai perusahaan. Tetapi, temuan tersebut berbeda dengan studi Ambarwati & Vitaningrum (2021), Idris (2021), dan Komala dkk (2021), yang memberi kesimpulan bahwasanya likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Berbagai penelitian sebelumnya sudah banyak membahas sejumlah faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Tetapi, hasil yang ditemukan tidak selalu sama, karena adanya perbedaan pendekatan atau objek penelitian. Perbedaan utama pada penelitian ini dibanding penelitian terdahulu berkaitan dengan fokus objeknya, yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor customer non-cyclicals. Berlandaskan pada hal tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk menelusuri lebih lanjut bagaimana pengaruh profitabilitas, solvabilitas, ukuran perusahaan, serta likuiditas terhadap nilai perusahaan. Pada studi ini, sampel yang dilibatkan ialah beberapa perusahaan yang tergolong pada sektor customer non-cyclicals.

Dengan begitu berdasarkan fenomena dan studi terdahulu, maka peneliti bermaksud guna menjalankan penelitian yang kemudian hasilnya akan dituangkan berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Customer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu kepada latar belakang sebagaimana sudah diuraikan tersebut, permasalahan yang dirumuskan pada studi ini::

1. Apakah rasio profitabilitas yang diproksi dengan *Return on Assets* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah rasio solvabilitas yang diproksi dengan *Total Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah rasio likuiditas yang diproksi dengan *Current Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berlandaskan rumusan permasalahan sebagaimana sudah disusun di atas adalah:

- a. Untuk mengetahui serta mengkaji pengaruh rasio profitabilitas yang diproksi dengan *ROA* terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh rasio solvabilitas yang diproksi melalui *Total DER* terhadap nilai perusahaan.
- c. Guna mengetahui serta mengkaji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- d. Guna mengetahui serta mengkaji pengaruh rasio likuiditas yang diproksi melalui *CR* terhadap nilai perusahaan.

2. Kontribusi Penelitian

a. Kontribusi Teoritis

Harapannya, studi ini bisa berkontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu akuntansi, terutama yang berkenaan dengan hubungan antara kinerja keuangan seperti profitabilitas, solvabilitas, maupun likuiditas serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan dari studi ini pun bisa menambah wawasan dalam literatur yang sudah ada, terutama yang berfokus pada beberapa perusahaan di sub sektor customer non-cyclicals di Indonesia. Lebih lanjut, temuan pada studi ini dapat dijadikan dasar untuk menguji teori-teori yang relevan dalam penelitian-penelitian berikutnya

b. .Kontribusi Praktis

Harapannya, temuan dari studi ini bisa dipergunakan menjadi acuan bagi manajemen perusahaan, investor, maupun pihak-pihak berkepentingan lainnya dalam mengambil keputusan bisnis dan investasi. Informasi mengenai pengaruh kinerja keuangan serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat digunakan untuk menilai kembali strategi yang diterapkan perusahaan, guna menghasilkan peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

c. Kontribusi Kebijakan

Harapannya, penelitian ini bisa memberi masukan bagi regulator serta penyusun kebijakan, misalnya Otoritas Jasa Keuangan serta Bursa Efek Indonesia, guna menyusun kebijakan atau regulasi yang mendorong transparansi laporan keuangan serta penerapan tata kelola perusahaan yang baik di sektor customer non-cyclicals. Lebih lanjut, temuan studi ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan yang bertujuan guna memberi peningkatan pada pertumbuhan dan nilai perusahaan di sektor tersebut.