

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

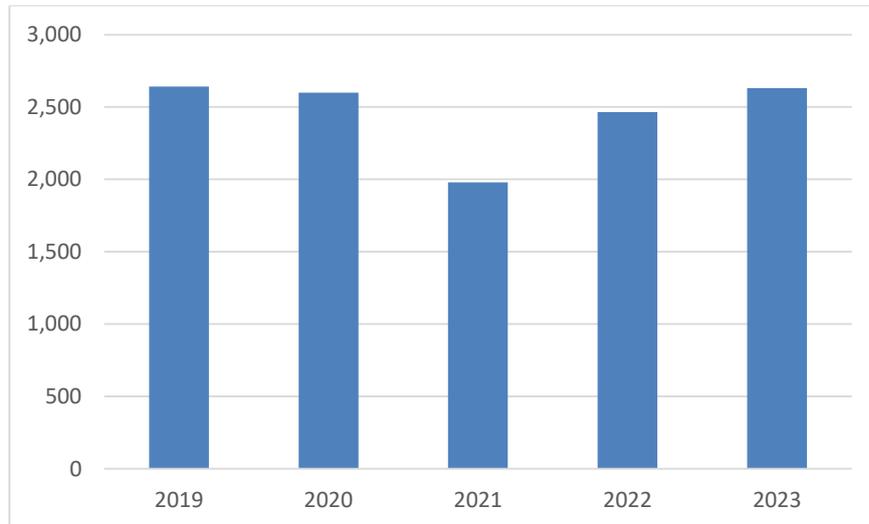
Perekonomian Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang positif seiring dengan perkembangan ekonomi global yang terus berlanjut. Persaingan antar perusahaan semakin ketat, memaksa mereka berkompetisi secara intensif demi mempertahankan posisi mereka di bursa saham. Pandemi COVID-19 yang melanda sejak tahun 2020 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Namun, berkat upaya pemulihan yang dilakukan pemerintah serta kebijakan fiskal yang diterapkan, perekonomian Indonesia mulai menunjukkan tanda-tanda perbaikan.

Salah satu subsektor yang menunjukkan pertumbuhan berarti di Bursa Efek Indonesia adalah perusahaan *food and beverage* hal ini mencerminkan kebutuhan yang stabil dari masyarakat terhadap produk-produk ini baik saat ini maupun di masa depan. Alasan memilih perusahaan subsektor *food and beverage* untuk diteliti adalah karena perkembangan subsektor ini sangat mendukung aktivitas ekonomi. Bahkan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, subsektor *food and beverage* tetap mampu bertahan karena merupakan kebutuhan dasar manusia sehari-hari. Dimana industri *food and beverage* ini telah menunjukkan ketahanan yang luar biasa di tengah pandemi COVID-19. Meskipun krisis kesehatan dan perlambatan ekonomi menghantam berbagai industri, *food and beverage* tetap mampu bertahan dengan pertumbuhan positif yang signifikan. Pada kuartal I tahun 2021, pertumbuhan industri ini mencatatkan angka 2,45% yang merupakan salah satu yang tertinggi di sektor pengolahan. Selain itu, ketahanan industri *food and beverage* juga tercermin dari tingginya

investasi yang mereka terima selama kuartal I tahun 2021. Realisasi investasi di sektor ini mencapai Rp 36,6 triliun atau 8,3% dari total Rp 442,76 triliun. Angka tersebut meningkat 23,6% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 29,6 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa industri *food and beverage* tetap menarik bagi investor meskipun dalam kondisi pandemi.

Perkembangan ini menuntut para pelaku usaha untuk menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar, meningkatkan daya saing, dan mempertahankan kinerja yang optimal. Untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini perlu mengoptimalkan operasional mereka dengan tambahan modal yang diperoleh melalui penerbitan saham. Partisipasi dalam pasar modal melalui penerbitan saham tidak hanya memberikan tambahan modal bagi perusahaan, tetapi juga mengakomodasi minat investor yang mencari potensi imbal hasil yang menarik. Saham dalam sektor *food and beverage* terbukti relatif tahan terhadap krisis ekonomi atau moneter karena produk-produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan esensial bagi masyarakat di seluruh dunia.

Namun, perusahaan *food and beverage* juga dapat mengalami masalah, terutama terkait dengan harga saham. Fluktuasi harga bahan baku, perubahan kebijakan pemerintah, dan dinamika permintaan konsumen dapat berdampak pada kinerja saham di sektor ini, seperti terlihat dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Grafik Harga Saham Perusahaan Food and Beverage Tahun 2019-2023

Sumber: Indonesia Stock Exchange (IDX), data diolah 2024

Gambar 1.1 Menunjukkan bahwa harga saham pada perusahaan *food and beverage* pada tahun 2019 hingga 2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 yang merupakan tahun pengamatan awal perusahaan *food and beverage* mencatat harga saham perusahaan senilai 2.642 yang mencerminkan awal periode yang relatif tenang bagi industri ini. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan sebesar 1,59% menjadi 2.600 karena tekanan ekonomi global dan awal pandemi COVID-19 yang mempengaruhi pasar saham secara luas sehingga berdampak pula pada tahun 2021 dimana terjadi penurunan drastis sebesar 23,85% menjadi 1,980 yang tercermin dari dampak lanjutan pandemi dengan *lockdown* dan pembatasan yang mempengaruhi kunjungan ke restoran serta mengubah pola konsumsi. Kemudian pada tahun 2022 mengalami pemulihan yang signifikan dengan harga saham yang naik kembali sebesar 24,49% yaitu senilai 2.465 menunjukkan adanya perbaikan ekonomi dan optimisme pasar terhadap prospek industri *food and beverage* setelah dua tahun penurunan. Selanjutnya pada tahun 2023 menunjukkan harga saham yang terus

meningkat sebesar 6,74% menjadi 2.631 mencerminkan momentum positif dan kepercayaan pasar yang semakin pulih terhadap industri ini. Hal ini didukung oleh peningkatan kinerja perusahaan dan respons yang baik terhadap perubahan pasar yang dinamis pasca pandemi. Dengan melihat fenomena fluktuasi perusahaan *food and beverage* di atas membuktikan bahwa perusahaan industri ini masih menjadi pilihan strategis untuk investasi dalam pasar modal, dan juga menawarkan kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai tambah bagi para pemegang saham.

Nilai perusahaan menjadi fokus utama dalam keputusan investasi oleh investor, karena hal ini menentukan investor akan berinvestasi pada perusahaan tersebut atau tidak. Untuk dapat menarik minat investor, perusahaan mengharapkan manajer keuangan akan melakukan tindakan terbaik bagi perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan sehingga kemakmuran pemegang saham dapat tercapai. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan nilai sebenarnya saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan terhadap kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan dapat mensejahterakan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka semakin tinggi pula kesejahteraan pemegang saham. *Enterprise Value* (EV), atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan), merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Egidiya & Sunu, 2023).

Salah satu perusahaan yang memiliki fenomena terkait dengan nilai perusahaan adalah perusahaan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD). Dimana PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) yang mencatatkan laba

bersih Rp 259,41 miliar pada tahun 2020 dibandingkan akhir tahun 2019 yang tercatat Rp 416,85 miliar yang artinya perusahaan GOOD mengalami penurunan yang signifikan sebesar 37,76%. Alhasil, laba per saham dasar pada tahun 2020 turun menjadi Rp 35,2 dari akhir tahun 2019 yang tercatat Rp 55,49. Hal ini membuat investor merespons dengan menjual saham mereka, sehingga mengakibatkan penurunan nilai pasar perusahaan secara signifikan. Penurunan ini mencerminkan kekhawatiran pasar akan profitabilitas perusahaan dalam menghadapi tantangan ekonomi dan operasional yang berat selama pandemi COVID-19.

Namun, manajemen PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) merespons dengan kebijakan pembelian kembali saham sebesar 1% dengan tujuan untuk mendukung harga saham yang terdepresiasi tersebut. Kebijakan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan nilai per saham (EPS) bagi pemegang saham yang tersisa, tetapi juga untuk menunjukkan keyakinan dalam fundamental perusahaan dan potensi jangka panjangnya. Investor yang percaya pada strategi ini mungkin mempertahankan atau bahkan membeli lebih banyak saham GOOD, ini dapat menyebabkan harga saham menguat kembali sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan seiring dengan peningkatan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan.

Berdasarkan kasus di atas, penting untuk melihat faktor-faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan yaitu dengan memperhatikan faktor internal perusahaan. Faktor internal perusahaan dapat berupa rasio-rasio yang ada dalam laporan keuangan perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan (Sukarya & Baskara, 2019).

Profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba terkait dengan penjualan, volume neraca, dan ekuitas. Profitabilitas mengukur efektivitas pengelolaan dalam menghasilkan return dari penjualan dan investasi (Indriaty *et al.*, 2024). Penelitian yang dilakukan Wimidhati *et al.*, (2021), menyatakan bahwa profitabilitas yang di ukur dengan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut di dukung oleh beberapa peneliti lain seperti Sukarya & Baskara (2019), dan Daniel & Ika (2023), yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian ditemukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) bahwa rasio profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage dapat dipahami sebagai indikator dari risiko yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Umumnya, investor cenderung menghindari perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi karena semakin tinggi tingkat rasio *leverage*, semakin besar pula risiko yang harus ditanggung, khususnya apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya secara tepat waktu (Wimidhati *et al.*, 2021). Adapun hasil kajian yang dilakukan oleh Daniel & Ika (2023), Listiani & Ni'am (2023), Dwi & Rachyu (2023), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bahrul (2024), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas sebagai kemampuan yang menggambarkan seberapa cepat suatu aset diubah menjadi kas (Felicia & Sofia, 2021). Tingginya likuiditas suatu perusahaan ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aset yang mudah

dicairkan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sebaliknya, likuiditas yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan mungkin memiliki aset yang sulit dicairkan atau nilai aktiva yang rendah, sehingga dapat menghadapi kesulitan dalam memenuhi kewajiban kepada investor. Semakin tinggi likuiditas perusahaan, investor cenderung melihatnya sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang baik di masa depan (Yoska & Viriany, 2023). Menurut Kasmir, (2013) likuiditas merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena fungsinya yang sebagai ukuran untuk kemampuan perusahaan dalam melunasi utang yang telah jatuh tempo (Jenny & Vitaningrum, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lisitiani & Ni'am (2023) pada perusahaan *food and beverage*, Dwi & Rachyu (2023) pada perusahaan tekstildan garmen, menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Feriyana & Lukman (2023) pada perusahaan manufaktur, yang menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran dari sebuah perusahaan juga berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (*SIZE*) adalah indikator kekuatan finansial suatu perusahaan. Penelitian oleh Dewi dan Wirajaya (2013), serta Pantow, Murni dan Trang (2015), menunjukkan bahwa semakin besar skala perusahaan, semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal. Sumber dana ini mendukung kegiatan operasional perusahaan sehingga meningkatkan harga sahamnya. Peningkatan harga saham menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kinerjanya dengan baik, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Oktaviani *et*

al., 2019). Perusahaan besar dan terus berkembang mencerminkan tingkat profitabilitas masa depan yang tinggi. Kemudahan dalam mendapatkan pembiayaan dapat berdampak positif pada nilai perusahaan dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor (Marpaung & Kurniati, 2022).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Anissa & Eny (2022) pada industri manufaktur, yang menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal serupa juga dibuktikan oleh hasil penelitian dari Soge & Brata (2021) pada industri manufaktur, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Dotulong *et al.*, (2023) pada industri transportasi, memiliki hasil yang berbeda, dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan di atas bahwa masih terdapat perbedaan hasil temuan antar peneliti satu dengan peneliti lainnya, sehingga penulis bermaksud untuk melakukan penelitian kembali untuk mengetahui apakah akan terdapat perbedaan hasil penelitian dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Hal inilah yang menjadi acuan pentingnya penelitian sehingga perlu dikaji atau dilakukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan referensi dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi investor dalam menilai dan mengevaluasi ketika akan melakukan investasi.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh manajemen perusahaan dalam merencanakan strategi keuangan yang efektif dan berkelanjutan.