

BAB I

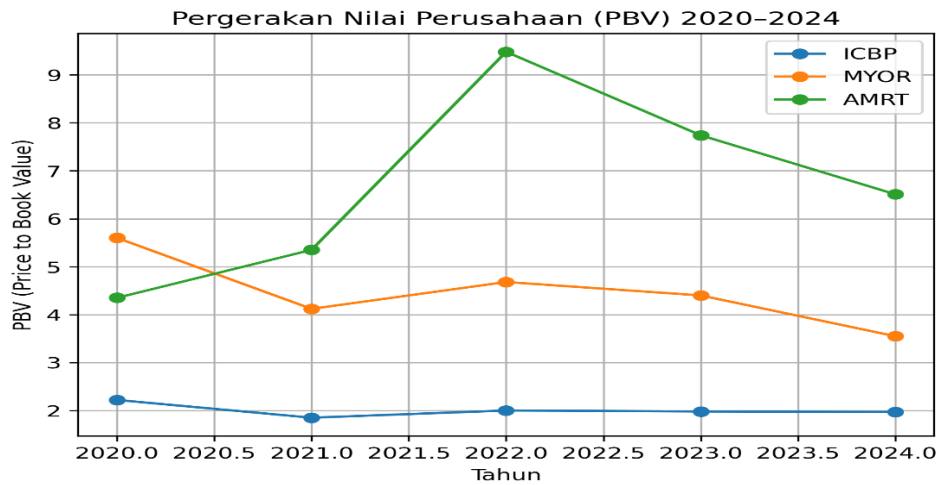
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan menjadi parameter penting yang merefleksikan penilaian pasar atas performa serta prospek entitas usaha. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan kuatnya keyakinan investor terhadap potensi laba perusahaan pada periode mendatang. Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan sektor yang memproduksi dan mendistribusikan kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan, minuman, dan produk rumah tangga. Sektor ini dikenal relatif stabil karena produknya tetap dibutuhkan dalam berbagai kondisi ekonomi (Jannah *et al.*, 2025).

Upaya utama peningkatan nilai perusahaan dapat ditempuh melalui optimalisasi kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan merepresentasikan tingkat keyakinan publik terhadap perusahaan setelah melewati beragam aktivitas operasional sejak awal berdiri. Nilai yang tinggi mencerminkan performa dan perkembangan usaha yang positif sehingga mampu memikat investor. Nilai perusahaan biasanya diukur melalui rasio seperti *Price to Book Value (PBV)*, yang membandingkan harga saham dengan nilai buku per saham, atau *Tobin's Q*, yang mengukur nilai pasar terhadap aset perusahaan. Ketika PBV meningkat, ini menandakan bahwa pasar percaya pada prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, investasi yang meningkat dan persepsi pasar yang positif akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Sari *et al.*, 2023).

Sektor Barang Konsumen Primer di Bursa Efek Indonesia menunjukkan dinamika nilai perusahaan yang cukup menarik selama periode 2020-2024. Meskipun sektor ini tergolong defensif karena memproduksi kebutuhan pokok, beberapa perusahaan tetap mengalami fluktuasi nilai pasar. Misalnya, saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sempat mengalami tekanan harga pada periode awal pandemi 2020 akibat ketidakpastian ekonomi, sebelum kembali menunjukkan pemulihan pada tahun-tahun berikutnya. Hal serupa juga terjadi pada PT Mayora Indah Tbk (MYOR) yang mengalami pergerakan harga saham yang fluktuatif dipengaruhi oleh kenaikan biaya bahan baku dan kondisi daya beli masyarakat. Di sisi lain, perusahaan ritel kebutuhan pokok seperti PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) justru menunjukkan tren pertumbuhan yang relatif stabil karena peningkatan transaksi ritel *modern* selama dan setelah pandemi. Perbedaan kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sektor Barang Konsumen Primer tergolong stabil, nilai perusahaan tetap dipengaruhi oleh faktor internal seperti profitabilitas dan *leverage* serta faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi (Bursa Efek Indonesia, 2020-2024).



Gambar 1.1 Pergerakan Nilai Perusahaan (PBV) 2020-2024

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2026)

Gambar diatas memperlihatkan pergerakan nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) selama 2020-2024. ICBP mengalami penurunan pada awal pandemi sebelum pulih, MYOR mengalami fluktuasi akibat biaya bahan baku dan daya beli masyarakat, sedangkan AMRT menunjukkan tren naik yang stabil karena peningkatan transaksi ritel modern. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun sektor Barang Konsumen Primer relatif defensif, nilai perusahaan tetap dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak selalu stabil meskipun sektor barang konsumen primer tergolong defensif. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan seperti *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap kinerja perusahaan (Bursa Efek Indonesia, 2020-2024).

Tabel 1. 1
Fenomena Nilai Perusahaan

No	Perusahaan	2020	2021	2022	2023	2024
1	Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP)	2,22	1,85	2,00	1,98	1,97
2	Mayora Indah (MYOR)	5,60	4,12	4,68	4,40	3,55
3	Sumber Alfaria Trijaya (AMRT)	4,35	5,35	9,48	7,74	6,51

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1, nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024 mengalami perubahan yang berfluktuatif tiap tahun. Perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP), nilai perusahaan mengalami penurunan dari 2,22 pada tahun 2020 menjadi 1,85 pada tahun 2021. Pada tahun 2022 nilai perusahaan meningkat menjadi 2,00, namun kembali menurun pada tahun 2023 dan 2024 menjadi 1,98 dan 1,97. Hal ini menunjukkan nilai perusahaan ICBP cenderung mengalami penurunan selama periode penelitian.

Pada perusahaan Mayora Indah (MYOR), nilai perusahaan mengalami penurunan dari 5,60 pada tahun 2020 menjadi 4,12 pada tahun 2021. Tahun 2022 nilai perusahaan meningkat menjadi 4,68, kemudian menurun pada tahun 2023 menjadi 4,40 dan tahun 2024 menjadi 3,55. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan MYOR mengalami fluktuasi dan cenderung menurun pada akhir periode penelitian.

Sementara itu, pada perusahaan Sumber Alfaria Trijaya (AMRT), nilai perusahaan mengalami peningkatan dari 4,35 pada tahun 2020 menjadi 5,35 pada tahun 2021 dan meningkat signifikan pada tahun 2022 menjadi 9,48. Namun, pada tahun 2023 dan 2024 nilai perusahaan mengalami penurunan menjadi 7,74 dan

6,51. Meskipun mengalami penurunan, nilai perusahaan AMRT masih tergolong tinggi dibandingkan perusahaan lainnya.

Fenomena yang terjadi pada beberapa perusahaan sektor barang konsumen primer menunjukkan adanya fluktuasi nilai perusahaan dari tahun ke tahun. Dimana perusahaan pada sektor ini merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat sehingga permintaan terhadap produknya relatif stabil bahkan cenderung meningkat. Kondisi tersebut seharusnya dapat mendorong peningkatan pendapatan dan laba perusahaan. Namun pada kenyataannya, meskipun perusahaan mampu menghasilkan laba yang meningkat, nilai perusahaan yang tercermin dari *Price to Book Value* (PBV) masih mengalami kenaikan dan penurunan pada beberapa periode.

Tabel 1. 2
Permintaan Konsumen

No	Perusahaan	2020	2021	2022	2023	2024	Tren Permintaan
1	Indofood CBP (ICBP)	46,6	56,8	64,8	67,9	70,2	Meningkat
2	Mayora Indah (MYOR)	24,5	27,9	30,7	31,5	33,1	Meningkat
3	Sumber Alfaria Trijaya (AMRT)	75,2	84,9	96,9	106,9	118,2	Meningkat

Sumber: Laporan Keuangan, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa permintaan konsumen pada perusahaan sektor barang konsumen primer selama periode 2020-2024 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan minat konsumen terhadap produk perusahaan cenderung meningkat. Pada perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP), permintaan konsumen mengalami peningkatan dari 46,6 pada tahun 2020 menjadi 56,8 pada tahun 2021. Selanjutnya meningkat menjadi 64,8 pada tahun 2022, 67,9 pada tahun 2023, dan

70,2 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap produk ICBP terus mengalami peningkatan selama periode penelitian.

Pada perusahaan Mayora Indah (MYOR), permintaan konsumen juga mengalami peningkatan secara bertahap dari 24,5 pada tahun 2020 menjadi 27,9 pada tahun 2021. Tahun 2022 meningkat menjadi 30,7, kemudian menjadi 31,5 pada tahun 2023, dan 33,1 pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa produk MYOR semakin diminati oleh konsumen dari tahun ke tahun.

Sementara itu, pada perusahaan Sumber Alfaria Trijaya (AMRT), permintaan konsumen mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari 75,2 pada tahun 2020 menjadi 84,9 pada tahun 2021. Pada tahun 2022 meningkat menjadi 96,9, kemudian menjadi 106,9 pada tahun 2023, dan mencapai 118,2 pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap AMRT terus mengalami perkembangan yang positif.

Kondisi tersebut menandakan bahwa kenaikan permintaan perusahaan tidak selalu sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan di pasar modal. Fluktuasi nilai perusahaan tersebut dapat dipicu oleh beragam aspek lain yang turut menjadi bahan pertimbangan investor dalam mengevaluasi performa serta prospek perusahaan. Oleh sebab itu, fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan kondisi internal perusahaan seperti *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa karakteristik sektor yang relatif defensif tidak menjamin stabilitas nilai perusahaan di pasar modal. Fluktuasi nilai

perusahaan diduga tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh faktor internal perusahaan, seperti struktur pendanaan (*leverage*), kemampuan menghasilkan laba (profitabilitas), serta kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek (likuiditas). Ketiga faktor tersebut berperan dalam membangun pandangan investor terhadap performa serta prospek perusahaan yang kemudian tercermin pada nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2019) *Leverage* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari utang. *Leverage* berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan karena mencerminkan struktur pendanaan antara modal sendiri dan utang. Secara teoritis, peningkatan *Leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dana pinjaman digunakan secara produktif untuk investasi yang menghasilkan laba, serta memberikan manfaat pajak melalui efek *tax shield*. Namun, penggunaan utang yang terlalu tinggi dapat menimbulkan risiko kebangkrutan dan meningkatkan biaya keagenan (*agency cost*), sehingga menurunkan kepercayaan pasar terhadap perusahaan. Hasil penelitian empiris di Indonesia menunjukkan temuan yang beragam. Sebagian penelitian menemukan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian lainnya menemukan pengaruh negatif atau tidak signifikan. Perbedaan ini umumnya dipengaruhi oleh karakteristik sektor industri, kondisi ekonomi pasca pandemi, serta faktor internal seperti profitabilitas dan kebijakan investasi.

Menurut Brigham dan Houston, profitabilitas merupakan kapabilitas perusahaan dalam memperoleh laba melalui pengelolaan aset, penjualan, serta

modal yang dimiliki. Rasio profitabilitas dimanfaatkan untuk menilai efektivitas manajemen dalam mengoptimalkan sumber daya perusahaan demi menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Indikator yang kerap digunakan meliputi *Return on Assets* (ROA) sebagai pengukur kemampuan aset dalam menciptakan laba dan *Return on Equity* (ROE), yang menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas modal yang mereka investasikan. Brigham dan Houston (2019) menjelaskan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional perusahaan dan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor. Kinerja laba yang kuat umumnya berdampak pada peningkatan harga saham, sehingga mampu mendorong nilai perusahaan di pasar modal.

Menurut Gitman (2012), likuiditas merupakan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek ketika memasuki masa jatuh tempo. Likuiditas mencerminkan tingkat keamanan perusahaan dalam mengelola aset lancar guna menutup kewajiban lancarnya. Pengukuran likuiditas umumnya dilakukan melalui rasio keuangan seperti *Current Ratio* dan *Quick Ratio*, yang menunjukkan perbandingan antara aset lancar dan kewajiban lancar perusahaan. Tingkat likuiditas yang memadai penting bagi kelangsungan operasional perusahaan, karena ketidakmampuan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dapat menimbulkan risiko kesulitan keuangan serta menurunkan kepercayaan kreditur dan investor terhadap kondisi perusahaan. Dalam konteks pasar modal, tingkat likuiditas yang baik dapat memberikan sinyal positif mengenai kondisi keuangan perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan

berpotensi menaikkan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Sejumlah studi sebelumnya memperlihatkan temuan yang tidak seragam terkait pengaruh leverage, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Wildan *et al.* (2022) menyatakan bahwa leverage berdampak negatif pada nilai perusahaan, sedangkan Zahra *et al.* (2024) menemukan pengaruh positif namun tidak signifikan. Pola yang bervariasi juga terlihat pada variabel profitabilitas, di mana Zahra *et al.* (2024) menunjukkan adanya dampak positif sementara Apsari & Yudiaatmaja (2023) menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Hasil yang beragam juga ditemukan pada variabel likuiditas, di mana Zahra *et al.* (2024) membuktikan likuiditas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara Apsari & Yudiaatmaja (2023) menunjukkan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan temuan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik sektor industri, periode penelitian, serta kondisi ekonomi yang berbeda. Oleh karena itu, inkonsistensi hasil penelitian ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji kembali, khususnya pada sektor Barang Konsumen Primer dengan periode terbaru 2020-2024 yang mencerminkan kondisi pasca pandemi dan fase pemulihan ekonomi.

Penelitian ini menyajikan kebaruan pada penggunaan periode penelitian terbaru yaitu tahun 2020-2024. Selain itu, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki karakteristik permintaan relatif stabil karena memproduksi barang kebutuhan pokok. Penelitian ini juga dilakukan untuk menguji kembali pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai

perusahaan karena masih terdapat perbedaan hasil penelitian (*research gap*) pada penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terbaru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer di BEI.

Berdasarkan uraian diatas, masih ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian. Oleh karena itu perbedaan hasil penelitian tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk mengembangkan dan meneliti kembali tentang Nilai Perusahaan yang di kembangkan dengan judul **"Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2024"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2024?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2024?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat - manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai wujud aplikasi dari teori yang dipelajari selama perkuliahan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta informasi mengenai nilai perusahaan khususnya perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI.

2. Bagi Badan Usaha

Penelitian ini dapat memeberikan manfaat bagi badan usaha diantaranya:

1. Sebagai masukan dan pertimbangan bagi badan usaha dalam mengambil keputusan strategis yang berhubungan dengan keuangan khususnya dalam mengoptimalkan nilai perusahaan.
2. Penulis berharap, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan dasar dalam mengambil kebijakan, khususnya dalam hal peningkatan nilai perusahaan.