

BAB I

PENDAHULUAN

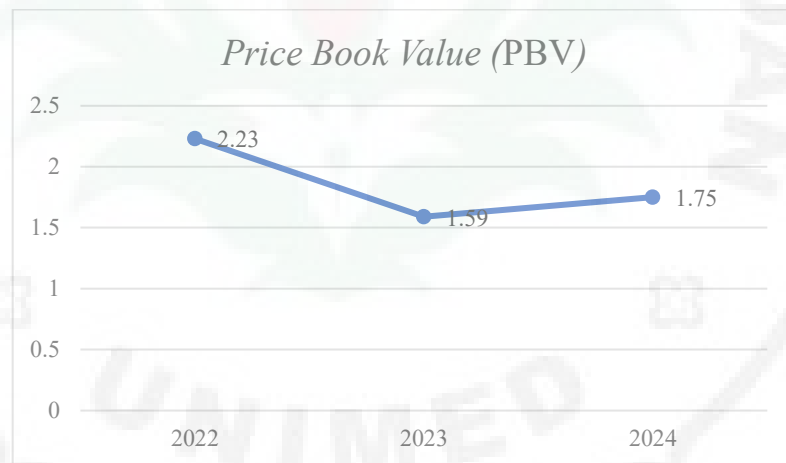
1.1 Latar Belakang

Arus globalisasi telah mendorong perubahan yang pesat dalam lanskap dunia usaha di Indonesia, sehingga membentuk iklim persaingan yang semakin tajam antar perusahaan. Dalam kondisi tersebut, sektor manufaktur menempati posisi yang strategis karena kontribusinya yang besar terhadap penerimaan negara (Riski, 2025). Peran sektor ini tidak hanya tercermin dalam peningkatan produk domestik bruto (PDB), tetapi juga dalam kemampuannya menyerap tenaga kerja serta menjadi tolak ukur keberhasilan pembangunan industri nasional (Nababan & Purba, 2023). Intensitas persaingan yang kian tinggi menuntut perusahaan manufaktur untuk terus meningkatkan kinerja, mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, serta membangun dan menjaga kepercayaan investor agar mampu bertahan dan berkembang di tengah tekanan global maupun dinamika ekonomi domestik.

Dalam perspektif keberlanjutan usaha, nilai perusahaan berfungsi sebagai cerminan kemampuan manajemen dalam mengelola dan mengarahkan kegiatan bisnis secara efektif (Ross et al., 2017). Tingginya nilai perusahaan merepresentasikan kejayaan pihak manajerial dalam merumuskan strategi, mengendalikan risiko, serta memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki (Brigham & Houston, 2003). Bagi investor maupun kreditor, nilai perusahaan menjadi rujukan utama dalam menentukan keputusan investasi, sebab perusahaan industri yang memiliki nilai tinggi dipersepsikan memiliki prospek

jangka panjang yang baik, potensi imbal hasil yang menarik, serta tingkat risiko yang relatif rendah (Widyananda & Jonathan, 2022). Dengan demikian, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya menjadi tujuan internal manajemen, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi pihak eksternal dalam menanamkan modalnya.

Berikut disajikan grafik yang menggambarkan perkembangan nilai perusahaan pada sektor manufaktur selama periode 2022-2024, yang diukur menggunakan indikator *price book value* (PBV).



Sumber: idx.co.id (data diolah)

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2022-2024

Berdasarkan diagram yang disajikan, dapat diamati bahwa nilai perusahaan pada sektor manufaktur sepanjang 2022 hingga 2024 menunjukkan pola yang tidak konstan, yang mengindikasikan adanya perubahan pandangan pasar dari waktu ke waktu. Pengukuran menggunakan *price book value* (PBV) memperlihatkan penurunan yang cukup tajam dari level 2,23 pada tahun 2022 menjadi 1,59 pada tahun 2023, sebelum kemudian mengalami kenaikan kembali menjadi 1,75 pada

tahun 2024. Walaupun terjadi perbaikan pada tahun terakhir periode pengamatan, capaian tersebut masih berada di bawah posisi awal tahun 2022. Fenomena ini menggambarkan bahwa keyakinan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan manufaktur belum sepenuhnya stabil, sehingga pembentukan nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas dan transparansi informasi keuangan yang disampaikan kepada publik.

Dalam kajian ini, variabel yang diasumsikan memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan meliputi likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan. Salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas kerap digunakan sebagai tolak ukur dalam mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja suatu entitas usaha (Rizkinanda, 2019). Tingkat likuiditas yang tinggi umumnya dimaknai sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan bagi investor (Kasmir, 2022). Namun demikian, likuiditas yang terlalu besar juga dapat dipersepsikan kurang menguntungkan karena mencerminkan adanya dana menganggur yang belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan produktif. Perbedaan sudut pandang tersebut berdampak pada beragamnya temuan penelitian terdahulu mengenai hubungan likuiditas dengan nilai perusahaan. Sejumlah penelitian membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan likuiditas terhadap nilai perusahaan (Maulinda & Hermi, 2022; D. N. S. Sari & Purbowati, 2023; S. W. H. P. Sari et al., 2023), sementara penelitian lainnya justru menemukan pengaruh negatif yang signifikan (Fitriana & Purwohandoko, 2022; Lestari & Sihono, 2023; Veronica et al., 2022). Di sisi lain, beberapa studi menyimpulkan bahwa likuiditas

tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap nilai perusahaan (Aldi et al., 2020; Borges & Wulandari, 2023; Putri & Triyonowati, 2025).

Di samping likuiditas, *leverage* yang merefleksikan proporsi penggunaan dana pinjaman dalam struktur modal perusahaan juga kerap diasosiasikan dengan pembentukan nilai perusahaan (Oktaviani et al., 2024). Secara konseptual, keberadaan hutang dapat memberikan manfaat ekonomi berupa *tax shield* yang mampu menekan beban pajak perusahaan (Brigham & Houston, 2003). Namun, apabila tingkat *leverage* berada pada batas yang terlalu tinggi, kondisi tersebut justru memicu risiko finansial, seperti meningkatnya beban bunga serta bertambahnya peluang terjadinya kesulitan keuangan hingga kebangkrutan. Dengan ini menyebabkan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan memperlihatkan pola yang beragam. Sejumlah studi membuktikan bahwa *leverage* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Aisyah & Sartika, 2022; Aldi et al., 2020; Fitriana & Purwohandoko, 2022; Putri & Triyonowati, 2025; Veronica et al., 2022). Sebaliknya, beberapa penelitian lain justru menemukan bahwasanya *leverage* berdampak negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Lestari & Sihono, 2023; Borges & Wulandari, 2023). Di sisi lain, terdapat pula penelitian yang menyimpulkan bahwa *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap nilai perusahaan (Maulinda & Hermi, 2022; D. N. S. Sari & Purbowati, 2023; S. W. H. P. Sari et al., 2023).

Unsur lain yang tidak kalah penting mempengaruhi nilai perusahaan yakni pertumbuhan penjualan (Azzahra & Lekok, 2023). Pertumbuhan penjualan sering

dianggap sebagai sinyal positif mengenai gambaran perusahaan di masa mendatang, karena meningkatnya penjualan menunjukkan adanya permintaan pasar yang baik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2022). Meskipun pertumbuhan penjualan kerap dipandang sebagai sinyal positif bagi kinerja perusahaan, berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa peningkatan tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan naiknya nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena lonjakan penjualan sering diiringi oleh eskalasi biaya operasional yang cukup besar, sehingga keuntungan yang diperoleh tidak meningkat secara proporsional. Sejumlah penelitian membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Fajriah et al., 2022). Sebaliknya, penelitian lain justru menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berdampak negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Veronica et al., 2022) di samping itu, terdapat pula studi yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak menunjukkan hubungan yang berarti dengan nilai perusahaan (Anita et al., 2023; Rahayu et al., 2020).

Kajian atas laporan keuangan memiliki peran krusial karena mampu menyajikan potret menyeluruh mengenai kesehatan finansial, capaian kinerja, serta peluang perkembangan perusahaan di masa mendatang (Harahap, 2018). Oleh sebab itu, informasi mengenai likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan dapat dijadikan dasar dalam menilai tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Inkonsistensi temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya *research gap* yang perlu diteliti kembali.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa penting untuk mengkaji kembali bagaimana dampak dari likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur. Penelitian ini difokuskan pada periode 2022–2024, yang merepresentasikan kondisi pasar yang lebih stabil dan mencerminkan dinamika terbaru dalam kinerja perusahaan manufaktur. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, identifikasi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan pada sektor manufaktur menunjukkan perubahan yang tidak stabil selama periode 2022-2024.
2. Temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan perbedaan hasil.
3. Temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan perbedaan hasil.
4. Temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan perbedaan hasil.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah pada penelitian ini, maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024?
4. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024?

1.4 Pembatasan Masalah

Agar pelaksanaan penelitian ini berjalan secara terfokus dan tidak keluar dari ruang lingkup yang telah ditetapkan, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Periode penelitian yang digunakan mencakup tahun 2022 sampai dengan tahun 2024.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.
2. Untuk mengetahui likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.
3. Untuk mengetahui *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.
4. Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi pijakan konseptual dan empiris dalam memahami hubungan antara likuiditas, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dengan nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan temuan ini bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi keuangan dan operasional yang berfokus pada peningkatan nilai perusahaan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wawasan mengenai peranan berbagai indikator keuangan dalam membentuk nilai perusahaan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai landasan pertimbangan yang lebih rasional dalam menentukan keputusan investasi maupun pendanaan.

4. Bagi Peneliti

Temuan ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman dalam mengkaji dampak faktor-faktor internal terhadap nilai perusahaan, sekaligus menjadi sarana agar mempraktikkan teori yang didapat semasa perkuliahan ke dalam penelitian empiris.