BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin intensif di antara emiten maupun antar sektor industri di Indonesia menuntut setiap perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan merumuskan strategi yang komprehensif guna meningkatkan nilai perusahaan. Dalam menghadapi perubahan dan dinamika pasar yang kompetitif, perusahaan perlu berupaya secara optimal dalam memaksimalkan kinerja operasional, mengelola sumber daya dengan lebih efisien, serta memperkuat posisi daya saingnya. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai pendekatan strategis, seperti peningkatan kualitas manajemen keuangan, pengembangan dan pembaruan produk yang sesuai kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan teknologi modern sebagai sarana peningkatan efektivitas dan efisiensi operasional.

Seluruh langkah strategis ini bertujuan untuk menjamin keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang serta mewujudkan tingkat kesejahteraan yang optimal bagi seluruh pemangku kepentingan. Hal tersebut mencakup terciptanya nilai tambah bagi pemegang saham, peningkatan stabilitas dan keamanan kerja bagi karyawan, serta penyediaan layanan dan produk yang semakin berkualitas bagi pelanggan. Dengan demikian, keberhasilan perusahaan dalam menerapkan berbagai strategi inovatif dan efisien tidak hanya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas para pemangku kepentingan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu aspek penting yang menjadi pertimbangan utama bagi para investor. Untuk menjaga hubungan dan kerja sama yang baik, perusahaan perlu memperhatikan nilai perusahaannya, karena nilai tersebut mencerminkan kinerja perusahaan dan mampu memengaruhi persepsi investor (Aziz & Widati, 2023). Nilai perusahaan juga indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya dan menghasilkan kinerja finansial yang optimal.

Perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaannya akan memperoleh kepercayaan investor yang lebih besar, sehingga memudahkan akses pada pendanaan eksternal. (Suzan & Ramadhani, 2023) menegaskan bahwa nilai perusahaan memainkan peran utama dalam proses pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan kinerja keuangan serta kesejahteraan pemegang saham

Pada dasarnya, perusahaan didirikan untuk memperoleh laba setinggi mungkin sekaligus menciptakan nilai perusahaan yang semakin baik. Nilai perusahaan tidak hanya menggambarkan posisi finansial, tetapi juga mencerminkan kinerja keseluruhan perusahaan. Aspek ini menjadi salah satu pertimbangan utama bagi investor ketika menentukan keputusan investasi. Oleh karena itu, manajemen terus berupaya meningkatkan nilai perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab dalam memberikan hasil yang optimal kepada pemegang saham. Kenaikan nilai perusahaan pada akhirnya merefleksikan keberhasilan manajemen dalam menjalankan aktivitas operasional secara efektif dan sesuai dengan ekspektasi pemilik modal, sehingga pada gilirannya mampu mendorong peningkatan kesejahteraan pemegang saham (Yolanda et al., 2024).

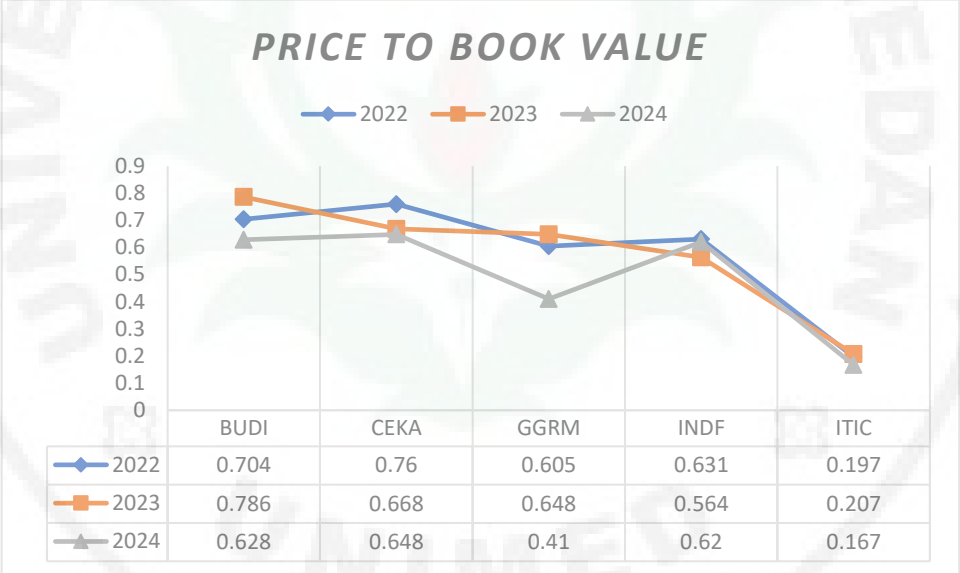
Sektor *consumer non-cyclicals* merupakan sektor industri yang memproduksi dan mendistribusikan barang-barang kebutuhan pokok yang dikonsumsi secara rutin oleh masyarakat, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, serta kebutuhan sehari-hari lainnya. Di Indonesia, sektor ini tercatat dalam klasifikasi industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dikenal sebagai sektor yang memiliki karakter defensif. Karakter tersebut tercermin dari sifat produknya yang tetap dibutuhkan dalam berbagai kondisi ekonomi karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat (Brigham & Houston, 2003)

Sektor konsumen primer sangat bergantung pada volume penjualan yang tinggi untuk menutupi marjin laba yang relatif tipis akibat persaingan harga yang ketat. Kondisi tersebut menjadikan profitabilitas sebagai indikator penting dalam menilai kemampuan perusahaan menghasilkan laba secara efektif. Profitabilitas yang diproksikan melalui *Return on Assets* (ROA) mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan dan menjadi sinyal utama investor dalam mengevaluasi prospek perusahaan. Penelitian

empiris menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang lebih tinggi cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan yang tercermin melalui *Price to Book Value* (PBV), karena laba yang optimal meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan (Kusumaningrum & Iswara, 2022)

Berikut disajikan grafik yang menggambarkan perkembangan nilai perusahaan pada beberapa perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* tahun 2021-2024, yang diukur menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV).

Gambar 1. 1
Grafik Nilai Perusahaan *Consumer non-cyclicals* Tahun 2021-2024



	BUDI	CEKA	GGRM	INDF	ITIC
2022	0.704	0.76	0.605	0.631	0.197
2023	0.786	0.668	0.648	0.564	0.207
2024	0.628	0.648	0.41	0.62	0.167

Sumber : https://www.idx.co.id/

Berdasarkan data *Price to Book Value* (PBV) periode 2022–2024, nilai perusahaan pada beberapa emiten sektor *consumer non-cyclicals* menunjukkan kecenderungan fluktuatif dengan arah penurunan pada tahun terakhir pengamatan. Perusahaan seperti Budi Starch & Sweetener Tbk. (BUDI) pada tahun 2022 mencatatkan PBV sebesar 0,704, kemudian meningkat menjadi 0,786 pada tahun 2023, namun kembali menurun menjadi 0,628 pada tahun 2024. Pola yang relatif serupa juga terlihat pada Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. (CEKA), di mana PBV mengalami penurunan bertahap dari 0,760 pada tahun 2022 menjadi 0,668 pada tahun 2023 dan kembali melemah menjadi 0,648 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sempat terjadi perbaikan pada sebagian perusahaan, tren tersebut tidak mampu dipertahankan secara konsisten.

Perubahan yang lebih signifikan terlihat pada Gudang Garam Tbk. (GGRM) yang mengalami penurunan cukup tajam pada tahun 2024, dari 0,648 pada tahun 2023 menjadi 0,410. Sementara itu, Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) menunjukkan pergerakan yang relatif lebih stabil meskipun tetap berada di bawah angka satu, dan Indonesian Tobacco Tbk. (ITIC) secara konsisten mencatatkan nilai PBV paling rendah selama tiga tahun berturut-turut. Secara keseluruhan, seluruh perusahaan dalam sampel memiliki nilai PBV di bawah 1 sepanjang periode penelitian.

Nilai PBV yang berada di bawah satu mengindikasikan bahwa harga pasar saham lebih rendah dibandingkan dengan nilai buku perusahaan. Kondisi ini mencerminkan bahwa pasar menilai prospek dan kinerja perusahaan belum cukup kuat untuk dihargai lebih tinggi. Fenomena ini menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut karena menunjukkan bahwa stabilitas sektor tidak selalu sejalan dengan stabilitas nilai perusahaan di pasar modal. Meskipun sektor *consumer non-cyclicals* memiliki karakteristik defensif, data empiris menunjukkan adanya fluktuasi yang signifikan pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan pengujian empiris untuk menganalisis faktor-faktor internal perusahaan seperti likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas dalam memengaruhi nilai perusahaan pada periode 2022–2024 sebagai fase pemulihan ekonomi.

Secara konseptual, investor yang menanamkan modal melalui pembelian saham mengharapkan imbal hasil yang optimal sebagai bentuk peningkatan kesejahteraan finansial. Tingkat kesejahteraan tersebut tercermin dalam nilai perusahaan, yang dalam praktiknya direpresentasikan oleh harga saham di pasar. Nilai perusahaan menjadi indikator utama untuk menilai keberhasilan dan efektivitas kinerja perusahaan dari perspektif investor. Bagi investor, nilai perusahaan memiliki peranan strategis sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi karena mencerminkan prospek pertumbuhan dan tingkat kelayakan perusahaan sebagai objek investasi. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan kondisi keuangan yang stabil serta peluang pertumbuhan yang positif, sehingga mampu menarik lebih banyak modal untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha (Salim & Radianto, 2025). Oleh karena itu, ketika nilai perusahaan dalam suatu sektor yang secara teoritis stabil justru menunjukkan

pelemahan, kondisi tersebut menjadi fenomena penting yang perlu dianalisis secara lebih mendalam.

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu dengan memanfaatkan aset lancar yang dimilikinya.. Likuiditas yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga menurunkan risiko gagal bayar dan meningkatkan kepercayaan investor (Chairunnisa, 2019; Permata et al., 2025). Penelitian oleh Sholatika & Triyono (2022) mendefinisikan likuiditas sebagai kemampuan perusahaan untuk mengelola kewajiban jangka pendek dengan melihat aset lancar relatif terhadap kewajiban lancar. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi dianggap mampu membiayai aktivitas operasional dan investasi dengan dana internal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada nilai perusahaan. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan diperkuat oleh temuan empiris dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Listiani & Ni'am (2023) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan. Sementara hasil penelitian dari Dewi & Abundanti (2019) menemukan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahan. Lalu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Anissa Dwi & Priyadi Maswar (2023) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang memengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* menggambarkan seberapa besar perusahaan menggunakan utang dalam pendanaannya. Penggunaan utang yang efisien dapat meningkatkan nilai perusahaan karena memberikan keuntungan berupa *tax shield*. Namun, penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko finansial dan menurunkan kepercayaan investor. Penggunaan *leverage* yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efek penghematan pajak, namun *leverage* yang terlalu tinggi justru meningkatkan risiko kebangkrutan (Aziz & Widati, 2023; Kusumaningrum & Iswara, 2022). Studi yang dilakukan Sudiyatno et al., (2020) menunjukkan bahwa *leverage* dapat memengaruhi nilai perusahaan secara langsung dan tidak langsung melalui profitabilitas. Dalam beberapa kasus, *leverage* memberikan

dampak positif ketika perusahaan mampu mengelola utang secara produktif, namun dapat berdampak negatif ketika perusahaan berada pada kondisi *overleveraged* yang meningkatkan risiko gagal bayar. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan diperkuat oleh temuan empiris dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Listiani & Ni'am (2023) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan. Sementara hasil penelitian dari S. Lestari & Sihono (2023) menemukan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahan. Lalu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Permata et al. (2025) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, faktor ketiga yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan indikator kunci untuk menilai efisiensi operasional dan keberlanjutan jangka Panjang lembaga keuangan. Peningkatan profitabilitas menunjukkan peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas yang kuat tidak hanya meningkatkan kemampuan mereka untuk bertahan dari guncangan ekonomi tetapi juga meningkatkan daya tarik mereka bagi investor (Valencia & Rodríguez, 2025). Profitabilitas yang tinggi menjadi daya tarik utama bagi investor karena menunjukkan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki (Kusumaningrum & Iswara, 2022; Permata et al., 2025). Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang berbeda-beda, terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan (Anissa Dwi & Priyadi Maswar, 2023; Aprilawati & Ali, 2022; Aziz & Widati, 2023; Iriyanti et al., 2022; Listiani & Ni'am, 2023; Yolanda et al., 2024) sementara penelitian lain menemukan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahan (Fitriana & Purwohandoko, 2022).

Meskipun ketiga variabel likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas sering ditemukan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, temuan penelitian terkait hubungan variabel-variabel tersebut bisa dilihat masih belum konsisten. Beberapa penelitian menemukan hubungan positif, sebagian lainnya menemukan hubungan negatif, dan beberapa penelitian menemukan tidak adanya pengaruh signifikan. Ketidakkonsistenan ini membuka peluang penelitian lebih lanjut untuk menguji

kembali hubungan variabel tersebut dalam konteks kategori industri yang lebih spesifik.

Berdasarkan fenomena, perkembangan sektor *consumer non-cyclicals*, serta ketidakkonsistenan temuan penelitian sebelumnya, penelitian ini dianggap penting dilakukan. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia pada periode terkini. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi perusahaan, investor, serta akademisi dalam memahami determinan nilai perusahaan di sektor yang relatif stabil namun tetap menghadapi tantangan finansial yang dinamis. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah **"Pengaruh Likuiditas, *Leverage,* dan Profitabiltas terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non – Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024".**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memperoleh hasil yang lebih konsisten.
2. Terjadinya fluktuasi dan kecenderungan penurunan nilai perusahaan (PBV) pada sektor *consumer non-cyclicals* periode 2022–2024, meskipun sektor ini dikenal memiliki karakteristik defensif dan permintaan yang relatif stabil.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari penelitian meluas dan keluar dari sasaran penelitian serta memastikan penelitian dilakukan lebih terarah, maka peneliti melakukan pembatasan masalah yaitu hanya mengkaji dan meneliti lingkup pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah likuiditas, *leverage*, profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut diatas, Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024
2. Menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024.
3. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024?
4. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi, khususnya pada bidang keuangan perusahaan, dengan memperkuat bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi

penelitian selanjutnya yang membahas determinan nilai perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals*.

2. Manfaat Praktis

   Bagi Perusahaan : hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen dalam mengelola likuiditas, struktur pendanaan, dan profitabilitas agar mampu meningkatkan nilai perusahaan dan memperkuat posisi di pasar modal.

   Bagi Investor : penelitian ini memberikan informasi tambahan yang dapat membantu investor dalam menilai kinerja keuangan dan prospek perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.

   Bagi Manajer Keuangan : temuan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi keuangan yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional, stabilitas keuangan, dan daya tarik perusahaan di mata investor.

3. Manfaat bagi Akademisi dan Peneliti

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan bahan kajian dalam kegiatan akademik maupun penelitian berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan analisis laporan keuangan, nilai perusahaan, dan faktor-faktor keuangan lainnya.