

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Bagi ekonomi setiap negara, peran sekuritas atas kepemilikan kepentingan yang sangat besar. Pasar modal berperan sebagai tempat yang mengelola berbagai instrumen keuangan lainnya, termasuk reksa dana, saham, dan berbagai instrumen derivatif lainnya..Di dalam *market capital* mempunyai kegunaan yaitu dalam hal melaksanakan proyek investasi untuk pihak yang memiliki saham di perusahaan (*investor*), dan bagi pihak yang memiliki saham utang di perusahaan (*emiten*), dapat digunakan untuk menghapus laba. Dalam berbagai pertimbangan, dari beberapa unsur yang sangat menonjol pada waktu ini adalah pergerakan fluktuasi kurs rupiah terhadap dolar Amerika Serikat. Tidak dapat dipungkiri atas nilai tukar ini mengalami variasi, bisa menghambat banyak investor institusi untuk membeli saham, membuat IHSG (*Indeks Harga Saham Gabungan*) tidak stabil. Akibat berbagai krisis ekonomi di tanah air secara keseluruhan, termasuk keadaan perekonomian saat ini dan kondisi pasar saham Indonesia kini menjadi tidak stabil.

Perkembangan zaman yang telah diiringi juga dengan perkembangan sektor industri, yang semakin pesat seperti saat ini. Hanya industri makanan dan minuman yang tetap mempertahankan pertumbuhan tahunan yang stabil. Sejalan dengan populasi Indonesia yang terus berkembang, kebutuhan akan makanan dan minuman juga meningkat setiap tahunnya. Permintaan untuk produk makanan dan minuman terus meningkat, bahkan ketika ekonomi melambat karena situasi seperti pandemi virus corona pada saat itu.

Ketahanan sektor pangan terlihat melalui ketersediaan bahan baku yang bersumber dari dalam negeri, tidak bergantung pada barang impor. Tidak hanya itu, pola konsumsi masyarakat juga memiliki peran yang krusial dalam memelihara keberlanjutan sektor ini. Oleh karena itu, kebutuhan pangan penduduk Indonesia akan terus terpenuhi oleh industri makanan dan minuman. Persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan dalam sektor ini mendorong upaya pengembangan bisnis. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan mampu meningkatkan serta mempertahankan efisiensi operasional mereka. Evaluasi atas kinerja bisnis dapat melakukan proses evaluasi dengan menganalisis laporan keuangan.

Kinerja suatu data keuangan kokoh dari suatu perusahaan mencerminkan sebuah performa kemajuan suatu perusahaan pertahunnya. Dengan menggunakan informasi dari laporan keuangan, rasio-rasio keuangan dapat dihitung dan dievaluasi untuk menilai serta menganalisis prestasi perusahaan. Data mengenai performa finansial perusahaan dapat memberikan panduan yang berharga bagi calon pembeli dan penjual saham. Melalui analisis rasio keuangan, investor dapat memperoleh wawasan mendalam yang berguna sebagai pedoman dalam membuat keputusan terkait valuasi suatu bisnis.

Sejumlah rasio keuangan yang dapat berfungsi sebagai tanda inklusi rasio utang terhadap ekuitas (DER), rasio lancar (CR), serta tingkat pengembalian ekuitas (ROE). Untuk mengurangi potensi risiko yang tidak diinginkan atau tak terduga, investor sebaiknya melakukan evaluasi saham yang cermat, baik melalui analisis teknikal maupun analisis fundamental. Pendekatan teknikal melibatkan observasi pola pergerakan harga saham di masa lampau dan pemanfaatannya untuk mengkaji grafik dengan tujuan memproyeksikan pergerakan harga di masa mendatang.

Sementara itu, analisis fundamental dilaksanakan melalui evaluasi performa finansial perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangannya yang diterbitkan setiap tahun dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Indikator-indikator keuangan bisa dimanfaatkan oleh investor dalam memutuskan investasi yang tepat ketika mereka mengadakan kajian finansial. Sebuah informasi dianggap bermakna bila bisa mengubah keyakinan para pengambil keputusan. Munculnya informasi baru mampu membentuk pandangan baru di kalangan investor (Hartono, 2015). Laporan tahunan mengenai situasi keuangan perusahaan telah diumumkan di Bursa Efek Indonesia (BEI), menunjukkan pencapaian finansial perusahaan. Saat melakukan analisis finansial, investor memanfaatkan rasio keuangan ini digunakan sebagai landasan untuk membuat keputusan investasi yang tepat serta akurat.

Semakin meningkatnya tingkat rasio tersebut oelh karena itu, risiko yang perlu dihadapi oleh perusahaan juga tinggi tingkatnya. Pemberi pinjaman akan menuntut pengembalian yang lebih tinggi sebagai imbalannya. Debt to Equity Ratio (DER), suatu ukuran, menggambarkan seberapa jauh perusahaan didanai. melalui utang dan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajibannya menggunakan modal yang dimilikinya. Rasio yang lebih besar mengindikasikan perbandingan yang lebih tinggi antara total utang perusahaan dan total ekuitas, yang menunjukkan kreditur memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap perusahaan. Ini mencerminkan tingkat ketergantungan bisnis pada pihak luar dan juga meningkatnya beban yang harus ditanggung oleh pemberi pinjaman.

Pada penelitian yang dilakukan tersebut, terdapat sejumlah perbedaan yang diidentifikasi oleh penulis. Dibandingkan daripada riset sebelumnya. Evaluasi performa finansial juga dimaksudkan untuk menunjukkan kepada investor dan masyarakat secara keseluruhan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang solid. Investor biasanya lebih

tertarik untuk mengalokasikan investasi pada bisnis yang dianggap memiliki potensi yang cerah, terutama jika perusahaan telah membangun reputasi yang kuat.

Fokus utama bagi para investor adalah tingkat pengembalian (return rate) dari investasi yang telah mereka masukkan ke dalam suatu perusahaan tertentu, seringkali investor mengharapkan pengembalian. Keuntungan bagi investor bisa berasal dari pembagian dividen yang diterima secara berkala atau dari kenaikan harga saham. Selain itu, proses evaluasi laporan keuangan memiliki tujuan untuk menilai kinerja finansial perusahaan, dan ini berfungsi membantu peran dari manajemen saat pengambilan keputusan yang sesuai dan strategis dalam menjalankan operasional perusahaan. secara efisien. Indonesia, sebagai negara yang sedang mengalami perkembangan dan memiliki pangsa pasar yang penting dalam konteks investasi global, khususnya untuk perusahaan yang beroperasi dalam sektor barang konsumsi, memiliki peran yang penting..

Dorongan persaingan yang semakin tajam mendorong perusahaan untuk memperluas cakupan bisnisnya ke ranah pasar saham. Pasar saham menjadi pilihan yang tersedia. Teruntuk investor yang berminat untuk melakukan sebuah investasi pada perusahaan yang menerbitkan saham. Fenomena ini dibuktikan oleh bertambahnya jumlah emiten yang bergabung dengan Bursa Efek Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini menerbitkan saham mereka di pasar saham sebagai salah satu jenis instrumen investasi yang ditawarkan.

Sebagai entitas yang menyediakan barang (industri manufaktur), perusahaan dalam sektor barang konsumsi memerlukan dukungan dari sumber daya internal dan eksternal untuk meningkatkan kapasitas produksi dan melaksanakan ekspansi investasi. Dalam upaya menarik minat investor untuk berpartisipasi dalam perusahaan, investor membutuhkan akses terhadap informasi mendetail seputar kondisi finansial perusahaan yang tertera dalam laporan keuangan. Berbagai factor seperti, penawaran dan

permintaan yang terdapat di pasar turut berperan dalam mempengaruhi fluktuasi harga saham, yang pada gilirannya menjadi penanda bagi para investor untuk memperoleh pemahaman yang tepat terkait kondisi perusahaan.

Setelah mencapai taraf pencapaian tertentu yang telah ditetapkan, suatu perusahaan diakui sebagai berhasil. Sangatlah penting untuk memanfaatkan evaluasi kinerja finansial sebagai landasan untuk mengembangkan aktivitas operasional perusahaan. Dengan melaksanakan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja operasional, harapannya adalah bahwa perusahaan akan mengalami perbaikan dalam hal kondisi finansial, mampu bersaing dengan efisien dan efektif di antara perusahaan lain dalam industri. Dipengaruhi oleh minat para investor saat melakukan investasi dalam perusahaan, harga saham yang tercatat di tempat perdagangan sekuritas senantiasa mengalami perubahan sejalan dengan kinerja perusahaan; ketika permintaan meningkat Harga saham umumnya mengalami kenaikan saat penawaran tinggi, sedangkan jika penawaran rendah, harga saham cenderung menurun. Perusahaan yang menunjukkan kinerja yang kuat akan mengalami kenaikan harga sahamnya, mendorong investor untuk menyuntikkan modal ke dalamnya. Akibatnya, perusahaan akan meraih keuntungan yang lebih besar.

Dalam situasi pelemahan nilai rupiah, tantangan signifikan timbul bagi kinerja industri makanan karena industri makanan dan minuman ini masih terikat pada proses produksi yang melibatkan impor. Ketergantungan pada kegiatan impor membawa dampak sensitivitas terhadap fluktuasi kurs rupiah, yang secara langsung dapat berdampak pada biaya produksi lokal, yang berujung pada dampak ekstra dalam lingkup produksi dalam negeri. (Siregar, 2019). Fenomena ini berpotensi mengakibatkan hilangnya daya saing produk Indonesia di pasar global atau internasional, seperti yang dijelaskan oleh Dalimunthe (2015).

Suatu perusahaan memiliki sebuah tujuan yang penting yaitu dengan mengoptimalkan nilai tambah dan meningkatkan laba bagi semua pemegang sahamnya. Ketika suatu perusahaan tak mampu bersaing di tingkat global, kemerosotan dalam produksi dan penjualan perusahaan akan mengakibatkan penurunan kinerja yang ekstensif, yang pada akhirnya dapat mengarah ke kebangkrutan (Prayudi, 2019). Oleh karena itu, perusahaan Indofood Sukses Makmur perlu mengaplikasikan peluang-peluang yang ada dalam lingkungannya dan memiliki kesiapan dalam menyesuaikan diri dengan fluktuasi kondisi ekonomi di negara, dengan tujuan untuk dapat bersaing sejajar dengan perusahaan-perusahaan lain serta mengatasi potensi resiko penurunan atau potensi kebangkrutan. Berdasarkan berita yang dilaporkan oleh Pada tanggal 2 September tahun 2020, Kompas melaporkan beberapa informasi mengenai Indeks Pasar Saham Gabungan mengalami kemunduran dari posisi sebelumnya pasca pandemi, yakni dari level Maret 2020 yang berada di kisaran 5.942 ke 3.937 (sumber: [www.money.kompas.com](http://www.money.kompas.com)).

Dalam suatu laporan berita yang diterbitkan pada tanggal 29 Juni 2020, sebagaimana dilaporkan oleh Katadata, telah diuraikan tentang pelaksanaan tindakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilakukan sebagai langkah pencegahan penyebaran Covid-19 telah mempengaruhi pola pergerakan penduduk.. Akibatnya, terjadi pergeseran dalam pendapatan dan pola konsumsi masyarakat: andil belanja makanan meningkat menjadi 46,1%, pengeluaran untuk listrik mengalami peningkatan sebesar 37,3%, sementara penggunaan angkutan umum hanya naik sebesar 7,8%, dan konsumsi bahan bakar mengalami kenaikan 7,3%. Dalam kaitannya dengan perubahan gaya konsumsi, terdapat lima jenis barang yang sering dikonsumsi oleh masyarakat, termasuk produk kesehatan, bahan baku makanan, akses internet, serta berbagai produk makanan dan minuman. Tiga dari lima jenis barang ini merupakan produk dari

perusahaan-perusahaan dalam sektor barang konsumsi di industri, terutama bagi entitas bisnis yang aktif dalam industri pangan dan minuman. Dalam konteks ini, perhatian khusus diberikan kepada perusahaan yang bergerak di sektor tersebut. ([www.databoks.katadata.com](http://www.databoks.katadata.com)).

Sektor barang konsumsi memiliki banyak entitas bisnis yang sudah mengikuti proses pendaftaran dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam kerangka ini, perlu ditekankan bahwa perusahaan-perusahaan yang dimaksud telah melewati prosedur formal untuk mendapatkan status sebagai entitas terdaftar di bursa. Sektor ini meliputi berbagai subsektor, termasuk makanan dan minuman, peralatan rumah tangga, produk kecantikan, sektor kesehatan dan farmasi, serta berbagai sektor lainnya.. Produk-produk ini merupakan bagian mempunyai signifikansi dalam aktivitas sehari-hari dan memiliki banyak penerapan serta dikonsumsi oleh perusahaan manufaktur di dalam industri barang konsumsi. Sebagai contoh, pada tanggal 3 April tahun 2020, Kontan mengabarkan data mingguan dari Bursa Efek Indonesia (BEI).dimana pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) selama satu minggu ditopang oleh kinerja tiga sektor, yaitu Basic Industry yang naik sebesar 11,39%, dan Manufaktur yang mengalami kenaikan 11,39%, dan juga sektor barang konsumsi yang mengalami peningkatan sebesar 5,46% setiap minggunya (sumber didapat dari: [www.investasi.kontan.co.id](http://www.investasi.kontan.co.id)).

Dikarenakan permintaan yang tumbuh signifikan, masa depan industri makanan dan minuman terlihat cerah. Akibatnya, subsektor ini berperan krusial dalam merangsang pertumbuhan industri manufaktur dan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Namun, dalam konteks pandemi Covid-19, subsektor farmasi juga mengalami lonjakan permintaan atas produk-produk seperti obat, suplemen, peralatan kesehatan, dan sejenisnya. Perusahaan-perusahaan, termasuk perusahaan PT.Indofood

Sukses Makmur Tbk, yang memproduksi berbagai macam produk makanan. seperti mie instan, makanan ringan (snack), serta bahan baku untuk memasak seperti minyak goreng dan saus tomat, berkontribusi dalam industri ini. Perusahaan terkemuka layaknya PT Indofood Sukses Makmur Tbk dikenal sebagai bagian dari entitas terkemuka dalam industri ini. Produk-produk unggulan dari Indofood meliputi Indomie Mie Instan, Makanan Ringan, Saus Cabai, dan Bumbu Instan. Selain itu, Indofood juga merilis produk makanan khusus untuk ibu hamil dan anak-anak, serta menyediakan tepung terigu dengan merek Bogasari dan produk konsumen dengan merek Sinar Mas.

Dimana PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, mencakup kedalam jajaran perusahaan dari Salim Group, dimana perusahaan tersebut merupakan sebuah entitas yang terkemuka di Indonesia yang menghasilkan mi instan dan makanan olahan. Terhubung sebagai perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Indofood memiliki pangsa pasar yang besar. FMCG, yang juga dikenal sebagai barang konsumsi cepat habis, merupakan kategori yang dominan, terkenal, dan sangat dicari dalam industri ini. FMCG bertanggung jawab atas produksi mayoritas barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada dasarnya, Industri Barang Konsumsi Cepat (FMCG) menyediakan produk-produk harian yang dijual dengan cepat, dalam volume besar, dan umumnya dengan harga yang terjangkau. Karakteristik produknya adalah masa pakai yang singkat, sehingga produk ini cepat habis dan harus diperbarui secara rutin. PT Indofood Sukses Makmur Tbk berfungsi sebagai produsen, pemasar, dan distributor beragam produk makanan. Kegiatan dalam industri Barang Konsumsi Cepat (FMCG) perusahaan ini melibatkan berbagai segmen, seperti produksi pasta, susu, tepung, rempah-rempah, makanan bernutrisi dan makanan khusus, serta makanan ringan.

Indofood, sebagai perusahaan yang mencuat, menghadirkan sejumlah merek terkenal dalam jajaran produknya. Di antara produk-produk tersebut adalah mie instan

yang digemari semua kalangan yaitu indomie, produk olahan susu, snack, maxicorn, fruitamiini, milquat, triangle blue, serta banyak lagi lainnya. Merek-merek ini mencakup berbagai kategori, termasuk air mineral, minuman buah, dan teh. Selain itu, Indofood juga terlibat dalam industri pengemasan, budidaya kelapa sawit, produksi minyak goreng, margarin, serta produk bakery, serta berfokus pada aspek branding dan pemasaran.

Produk-produk Indofood tersebar luas di seluruh penjuru Indonesia, Asia, Timur Tengah, dan Afrika. Perusahaan ini menjalankan kegiatan utamanya dari pusatnya di Jakarta, Indonesia. Selain itu, Indofood memiliki keterkaitan dengan PepsiCo Inc. dan ikut memasarkan berbagai minuman ringan dari PepsiCo, termasuk pepsi, lays, cheetos, dan doritos, yang juga dihasilkan di Indonesia. Di dalam situs resminya, Indofood digambarkan sebagai penyedia solusi makanan menyeluruh (Total Food Solutions) yang melibatkan semua langkah dalam proses produksi makanan nya.

Indofood dikenal sebagai entitas perusahaan. yang mengemban ukuran besar dengan keunggulan mencakup berbagai bidang usaha. Indofood memperoleh keuntungan dari efek ekonomi yang dihasilkan oleh skala operasionalnya yang besar, dan kemampuan fleksibilitas struktur bisnisnya yang dirancang berdasarkan empat pembentukan strategi kelompok usaha yang dicanangkan oleh Indofood:

1. Kelompok usaha divisi konsumen bermerek (CBP): Indofood diperkuat oleh beragam merek produk yang telah mapan. Grup CBP bertanggung jawab atas produksi beragam barang konsumen bermerek, seperti mi instan, susu, makanan ringan, bumbu makanan, nutrisi dan makanan khusus, serta minuman.
2. Kelompok usaha bogasari: grup bogasari mengkhususkan diri dalam pembuatan tepung terigu dan pasta, didukung oleh divisi tambahan dalam bidang pengapalan

dan pengemasan. Produksi tepung terigu dan pasta menjadi inti kegiatan dari grup ini.

3. Kelompok Usaha Agribisnis: Grup agribisnis menitikberatkan kegiatannya pada penelitian serta pengembangan, pemuliaan benih, budidaya, dan pengolahan kelapa sawit termasuk di dalamnya. Ini meliputi pembuatan minyak goreng, margarin, dan shortening. Selain itu, kelompok ini juga terlibat dalam penanaman tebu dan karet, serta distribusi tanaman melalui jaringan distribusi komersial multilateral. Indofood memiliki jaringan yang luas

Indofood telah membangun infrastruktur distribusi yang meluas, memastikan produk-produknya tersedia berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Salah satu produk yang mampu mendominasi pasar dari Indofood yang menonjol perhatian adalah mie instan Indomie, yang telah mendapatkan popularitas tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Produk lain dari Indofood yang terkenal seperti chitato lite keripik rasa rumput laut, sambal indofood, dan bumbu racik ayam goreng indofood bumbu campuran ayam goreng juga sangat populer di kalangan masyarakat karena menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dalam proses produksinya. Secara keseluruhan, Indofood ialah sebuah perusahaan terkemuka di Indonesia yang menghasilkan makanan olahan melalui beragam produk makanan dan minuman yang memenuhi kebutuhan konsumen, dengan PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebagai perusahaan. pengolahan makanan yang berdiri pada tahun 1990, perusahaan ini bermula dan beroperasi secara resmi. Perusahaan Indofood memperoleh keuntungan bersih mencapai Rp2,36 triliun pada kuartal pertama pada tahun 2022, dan mengalami kenaikan sebesar 36,4% dari kuartal yang sama di tahun sebelumnya.

Pada Q1 2022, tercatat bahwa laba bersih per saham meningkat sebesar 36,5% dari Rp197 nilai setiap lembar saham selama periode yang sama tahun sebelumnya

menjadi Rp269 per saham. Selain itu, beban keuangan perseroan juga mengalami penurunan sebesar 32% dari Rp1,55 triliun menjadi Rp1,05 triliun dalam tiga bulan pertama tahun ini. Aset INDF pada kuartal pertama tahun 2022 juga mengalami kenaikan sebesar 10,7% dari Rp169,5 triliun menjadi Rp187,7 triliun dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut informasi yang disajikan dalam laporan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa sejak pendiriannya sejak tahun 1990, perusahaan Indofood ini telah berkesinambungan dalam meningkatkan keuntungan dan aset. Bisnis ini merangkul sejumlah anak perusahaan, termasuk Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP), sudah memiliki pencatatan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

PT Indofood Sukses Makmur Tbk menerapkan sejumlah strategi guna meningkatkan angka penjualan selama masa pandemi. Upaya ini mencakup inovasi produk baru serta peningkatan pada platform e-commerce mereka. Salah satu tindakan strategis yang diambil dengan memperkenalkan serta mempromosikan produk-produk terbaru. dan mengembangkan produk yang telah ada. Selanjutnya, ICBP menggenjot upaya promosi dan penjualan melalui media sosial, bahkan merilis aplikasi berbasis game untuk ponsel. Dalam hasil yang positif, upaya ini berhasil membawa kenaikan penjualan bersih sebanyak 12% jika dibandingkan dengan waktu yang serupa pada tahun sebelumnya. Dalam menghadapi tantangan ekonomi akibat COVID-19, Indofood berhasil mempertahankan peningkatan penjualan dan menjaga keberlanjutan dalam kondisi sulit ini.

Pada tahun 2019, kinerja perusahaan juga menunjukkan tren positif dengan mencapai angka penjualan bersih sebesar Rp 76,59 triliun. Terlepas dari situasi pandemi yang berat, PT Indofood Sukses Makmur Tbk berhasil tidak hanya bertahan,

tetapi juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Dalam konteks ini, strategi yang matang dari ICBP telah membuktikan diri, memungkinkan perusahaan untuk tetap mengalami peningkatan penjualan selama periode pandemi yang berlangsung.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk menerapkan strategi khusus dalam melakukan sebuah peningkatan penjualan selama pandemi yang masih terbatas. Namun, beberapa strategi pemasaran umum yang telah diterapkan oleh perusahaan disebutkan dalam sumber yang tersedia. Perusahaan bertujuan untuk memenuhi keperluan konsumen baik dari aspek jumlah maupun mutu barang.. Indofood memiliki visi untuk menjadi "*Total Food Solution Company*" dan mempertahankan rencana aksi menjadi empat kelompok bisnis strategis, yaitu agribisnis, bogasari, distribusi, dan produk konsumen Bermerek. Keunggulan kompetitif perusahaan dibandingkan dengan industri makanan lainnya adalah menyediakan lebih dari 50% produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Secara keseluruhan, strategi yang diterapkan lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen melalui produk berkualitas dan meningkatkan pemasaran dan penjualan di media sosial.

Bahwa perusahaan Indofood menginformasikan bahwa merek konsumen dari Grup Indofood yang telah terdaftar telah mencatat pertumbuhan penjualan dua digit pada kuartal ketiga tahun 2021. Selain itu, laporan menunjukkan bahwa produsen mie instan di wilayah Benua Asia, termasuk Indofood, mengalami kenaikan permintaan karena tren makanan instan yang didorong oleh pandemi. Oleh karena itu, mie instan mungkin mengalami peningkatan permintaan selama pandemi.

Walau demikian, tidak terdapat keterangan rinci yang mengindikasikan produk Indofood mana yang mengalami peningkatan permintaan terbesar. Ada beberapa data terkait kinerja keuangan Indofood selama masa pandemi yang tersedia. Produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut seperti mie siap saji indomie dan produk makanan

lainnya, berhasil mencatatkan keuntungan bersih sebesar 4% selama pandemi. Penjualan bersih yang dikonsolidasikan perusahaan meningkat 1% menjadi Rp 19,30 triliun. Pertumbuhan laba bersih tersebut tidak terlepas dari upaya keras perusahaan untuk meningkatkan daya saing di tengah pandemi. Perusahaan Indofood dimana hal ini memproduksi berbagai jenis produk konsumsi, mencatatkan kenaikan laba sebesar 48% *year on year* menjadi Rp 1,98 triliun.

Jika investor ingin melakukan investasi, mereka perlu mempertimbangkan data harga saham karena Hal ini mengindikasikan prestasi yang positif dari perusahaan. atau buruk. Apabila suatu harga saham kenaikan yang signifikan dalam beberapa periode tertentu bisa disimpulkan bahwa sebuah performa perusahaan, semakin kinerja suatu industri perusahaan mengalami peningkatan yang positif maka, semakin besar keuntungan yang dihasilkan pada perusahaan tersebut. Apabila nilai harga saham yang terlalu rendah sering kali dianggap mencerminkan kinerja perusahaan. yang buruk, sehingga investor enggan memasukkan modal pada perusahaan dengan harga saham yang relatif rendah. ICBP telah menerapkan protokol kesehatan 5M dan 3T untuk memastikan keamanan dan kenyamanan karyawannya selama pandemi.

Meskipun pandemi terjadi, ICBP tetap berhasil melakukan ekspansi global. Pada Agustus 2020, Indofood mengakuisisi *Pinehill Company Limited* untuk melaksanakan rencana ekspansi pabrik dan pasar baru di luar negeri.

Indikator *DER* dipilih oleh peneliti karena umumnya menjadi fokus investor dalam memperhatikan tingkat utang. Jika tingkat utang masih di bawah 100%, yang berarti utang lebih kecil dari modal dan total aset, maka kondisi finansial dapat dikatakan baik. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk menggunakan *DER* sebagai indikator utang.

Apabila rasio hutang terhadap ekuitas (*DER*) melebihi 100%, maka perusahaan dapat mengalami masalah keuangan di masa depan. Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua jenis hutang berdampak negatif terhadap citra perusahaan, melainkan hanya hutang yang digunakan untuk membayar bunga atau denda akibat keterlambatan pembayaran. Rasio hutang merupakan salah satu metode untuk menganalisis laporan keuangan. dan menunjukkan seberapa besar pertanggung jawaban yang dapat dilakukan bagi para kreditur. Dengan presentase hutang yang lebih rendah, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak uang karena kreditur memiliki lebih banyak jaminan untuk mengembalikan pinjaman yang diberikan kepada perusahaan. (Fahmi, 2014).

*Current Ratio* atau Rasio lancar yang baik adalah antara 1,5 dan 3. Namun, rasio lancar yang ideal bervariasi menurut industri. Rasio likuiditas yang baik memperlihatkan perusahaan memiliki kapasitas dalam melunasi semua kewajiban lancarnya dengan menggunakan aset lancarnya. sehingga risiko keterlambatan menjadi rendah.

Peneliti memilih harga saham sebagai fokus karena harga saham menjadi elemen sentral dalam strategi keuangan jangka panjang suatu perusahaan. Pertimbangan ini dilandaskan pada pemahaman bahwa harga saham tidak hanya merefleksikan nilai intrinsik perusahaan, melainkan juga mencerminkan niat dan kapabilitas perusahaan dalam memajukan kesejahteraan pemegang saham. Sebagai hasil dari pertimbangan tersebut, nilai harga saham dianggap sebagai kerangka penilaian yang relevan untuk menghitung pembayaran dividen yang direncanakan bagi pemegang saham dalam jangka waktu mendatang.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana *Debt to Equity Ratio* mempunyai pengaruh terkait dengan harga saham perusahaan PT.Indofood Sukses Makmur Tbk?

2. Bagaimana *Current Ratio* mempunyai pengaruh terkait dengan harga saham perusahaan PT.Indofood Sukses Makmur Tbk?
3. Bagaimana *Return on Equity* mempunyai pengaruh terkait dengan harga saham perusahaan PT.Indofood Sukses Makmur?

#### **a. Tujuan Penelitian**

Pada dalam penelitian ini, penulis memiliki beberapa tujuan atau target yang ingin dicapai untuk melaksanakan penelitian sebagaimana yang sudah dijelaskan dibawah ini :

1. Mengidentifikasi dampak yang penting dan positif antara Debt to Equity Ratio (DER) terkait dengan harga saham PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
2. Menelaah pengaruh yang signifikan dan positif antara Current Ratio (CR) terkait dengan harga saham perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
3. Menganalisis pengaruh yang memiliki makna dan arah positif antara Return on Equity (ROE) terkait dengan harga saham perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari riset yang telah dilakukan, diharapkan bisa menghasilkan beberapa manfaat seperti berikut ini:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian yang akan datang dan dapat membantu kemajuan penelitian, terutama di bidang harga saham.
  - b. Memberikan bukti langsung tentang bagaimana *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR) dan *Return on Equity Ratio* (ROE) memengaruhi harga saham perusahaan PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.
2. Manfaat Praktis

- a. Dengan mengaitkan teori-teori yang dipelajari dengan masalah dunia nyata, penulis dapat menggunakannya sebagai tempat untuk mempraktikkan teori-teori dari penelitian sebelumnya.
- b. Untuk para investor, sebagai menambahkan referensi yang memiliki manfaat dalam pengambilan keputusan dalam hal menambah wawasan dan masukan tentang pembelian atau penjualan saham sebagai sasaran investasi.
- c. Untuk perusahaan harapannya, studi ini bisa menjadi sumber wawasan berharga bagi organisasi dalam hal mempertimbangkan cara memperbaiki, meningkatkan, dan mempertahankan kinerja perusahaan. Harapannya, hal ini akan menjadi daya tarik bagi para investor untuk menginvestasikan modal mereka dalam bisnis ini.
- d. Untuk universitas, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan sumbangan dalam hal peningkatan pemahaman, terutama dalam ranah Manajemen Keuangan, menjadi tujuan utama. Tambahan pula, penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi sumber bahan bacaan di perpustakaan Universitas Islam Majapahit, serta menjadi rujukan bagi rekan mahasiswa lainnya.

