

BAB I

PENDAHULUAN

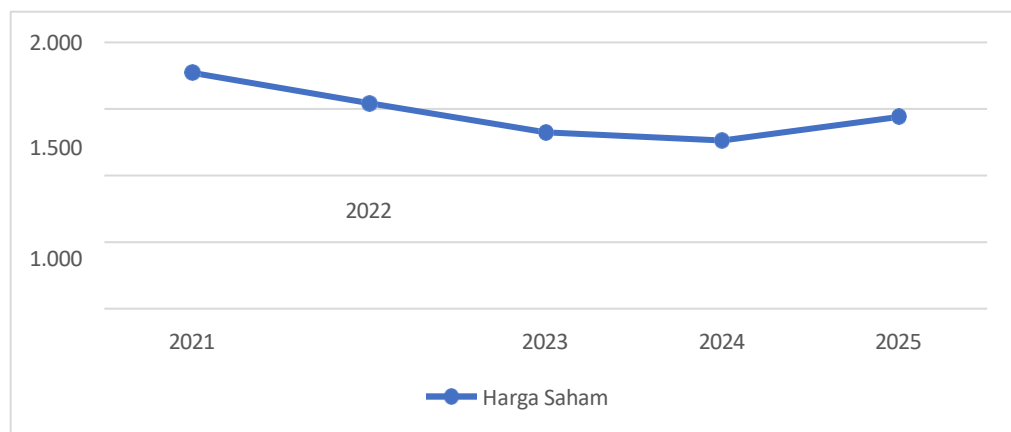
1.1 Latar Belakang

Peningkatan kuantitas emiten serta jumlah pemodal yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi indikator utama atas akselerasi pertumbuhan pasar modal domestik selama beberapa periode belakangan ini. Stabilitas tingkat permintaan terhadap produk kebutuhan harian, seperti makanan serta minuman, memposisikan sektor *consumer goods* sebagai salah satu instrumen investasi yang paling dilirik oleh pelaku pasar modal. Kondisi tersebut membuat sektor *consumer goods* dipandang sebagai sektor yang relatif defensif dan memiliki daya tarik bagi investor. (R. Sari & Putra, 2023).

Ketertarikan investor terhadap perusahaan dipengaruhi oleh penilaian terhadap kondisi dan prospeknya. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kesinambungan bisnis dan menghasilkan laba tercermin dari nilai perusahaan, yang sekaligus menjadi tolok ukur besarnya kepercayaan dari para pelaku pasar. (D. P. Sari & Ardiana, 2021). Ketika perusahaan mampu mendemonstrasikan prospek pertumbuhan yang baik dan kinerja finansial yang solid, nilai perusahaan akan terdongkrak dan secara otomatis menarik minat investor karena menawarkan tingkat pengembalian yang sepadan dengan risiko.

Harga saham dan pandangan pemodal terhadap potensi perusahaan menjadi cerminan utama dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. Apresiasi harga saham dan valuasi korporasi cenderung mengalami eskalasi ketika sentimen positif pasar memicu lonjakan volume pembelian saham di bursa.

Sebaliknya, penurunan minat beli para investor dan kemerosotan valuasi korporasi biasanya dipicu oleh performa bisnis yang buruk serta proyeksi masa depan yang pesimistis. Selain dipengaruhi oleh dinamika makroekonomi luar seperti inflasi, suku bunga, kurs valuta asing, dan daya beli masyarakat, tinggi rendahnya nilai korporasi juga sangat ditentukan oleh variabel internal seperti profitabilitas, kecukupan likuiditas, leverage, serta skala perusahaan. Atas dasar itulah, tata kelola yang optimal terhadap seluruh faktor ini menjadi agenda krusial bagi manajemen untuk mengamankan kepercayaan pasar sekaligus mendongkrak valuasinya.



Gambar 1.1 Pergerakan Harga Saham Sektor Consumer Goods

Sumber: Data diolah, 2026

Visualisasi mengenai fluktuasi nilai saham pada industri consumer goods sepanjang tahun 2021 hingga 2025 disajikan pada Grafik 1.1 di atas. Berdasarkan data penelitian, rata-rata harga saham sektor *consumer goods* menurun dari Rp1.757 pada 2021 menjadi Rp1.257 pada 2024, kemudian meningkat menjadi Rp1.440 pada 2025. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh kenaikan suku bunga, biaya produksi, dan perubahan daya beli masyarakat. Fenomena tersebut membuktikan kuatnya pengaruh dinamika ekonomi terhadap performa bisnis dan persepsi pasar. Penelitian ini memfokuskan

analisis pada variabel internal, khususnya kesehatan keuangan dan karakteristik spesifik perusahaan, sebagai faktor yang mengintervensi nilai korporasi.

Hubungan antara keputusan perusahaan, informasi keuangan, dan penilaian investor dapat dijelaskan melalui beberapa teori. Penelitian ini menggunakan *signaling theory*, *trade-off theory*, dan *agency theory* sebagai landasan dalam menelaah implikasi dan kontribusi variabel bebas secara komprehensif dalam mengintervensi nilai korporasi. Untuk mengikis ketidakpastian investor dalam menilai prospek bisnis, perusahaan memanfaatkan *signaling theory* melalui penyampaian laporan keuangan. Keterbukaan informasi ini menjadi sinyal positif yang merefleksikan kapabilitas perusahaan dalam mengelola usaha dan menghasilkan keuntungan. Publikasi informasi yang menjanjikan bakal menstimulasi ketertarikan investor untuk menanamkan modal, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap apresiasi nilai pasar dan kapitalisasi korporasi (Spence, 1973). Pada riset ini, profitabilitas dijadikan rujukan investor untuk meneropong potensi perolehan keuntungan perusahaan. Ketika rasio profitabilitas tercatat tinggi, hal tersebut merefleksikan optimalnya pemanfaatan aset serta modal sekaligus menjadi stimulus yang menguntungkan bagi persepsi publik. Selain itu, kondisi keuangan, termasuk kemampuan memenuhi kewajiban, turut memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Trade-off theory menyatakan bahwa insentif pajak dari biaya bunga utang dapat menaikkan nilai korporasi, namun pinjaman yang melampaui batas optimal justru memperbesar beban operasional dan risiko kebangkrutan

(*financial distress*). Manajemen dituntut merancang struktur modal yang ideal lewat kalkulasi matang guna menyeimbangkan antara insentif penggunaan leverage dan konsekuensi risiko finansial yang melekat (Myers, 1984). Pemanfaatan utang secara bijak berdampak positif bagi efisiensi struktur modal. Sebaliknya, ketergantungan yang berlebih pada dana pinjaman akan melemahkan sentimen investor karena dianggap memperbesar kerentanan finansial perusahaan.

Agency theory menggarisbawahi benturan kepentingan akibat perbedaan orientasi antara manajemen selaku pengelola operasi dan pemegang saham selaku pemilik modal. Kesenjangan akses data memicu terjadinya asimetri informasi, sehingga kebijakan yang diambil pihak manajemen berisiko mengabaikan tujuan utama para pemegang saham. Konsekuensi finansial berupa timbulnya *agency costs* tersebut dalam jangka panjang dapat menurunkan daya tarik dan nilai korporasi (Jensen & Meckling, 1976). Harmonisasi kepentingan dalam korporasi memerlukan pengawasan ketat, transparansi laporan keuangan, dan implementasi *good corporate governance*. Keterbukaan informasi ini tidak hanya mempertebal kredibilitas manajemen di mata pemodal, tetapi juga mendorong valuasi pasar. Sintesis ketiga teori di atas menegaskan bahwa kinerja finansial, kebijakan struktur modal, serta atribut khusus perusahaan bertindak sebagai determinan utama yang mengintervensi cara pandang investor.

Profitabilitas dianalisis pemodal sebagai indikator internal untuk menakar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja finansial yang optimal memberikan proyeksi menjanjikan bagi pelaku pasar, sehingga

lonj4kan permintaan saham secara otomatis memperkuat harga pasar sekaligus mendongkrak nilai korporasi. Penelitian Wulandari & Nugroho (2023) menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas berbanding lurus dengan penguatan nilai perusahaan. Tingginya margin keuntungan merefleksikan kapabilitas finansial yang sehat sehingga memicu sentimen positif para pemodal. Sementara itu, hasil temuan Pratama & Sari (2024) Apresiasi keuntungan perusahaan diproyeksikan mampu menstimulasi ketertarikan investor untuk membeli saham. Namun, kesimpulan berbeda dipaparkan oleh Hidayat (2023) yang membuktikan profitabilitas tidak berdampak pqda nilai korporasi lantaran kenaikan laba membutuhkan dukungan kebijakan yang berpihak pqda pemilik modal. Senada dengan hal itu, Nugroho & Lestari (2022) mengonfirmasi bahwa pertumbuhan profit tidak selamanya menjadi sinyal kuat bagi pasar jika korporasi lebih memprioritaskan alokasi laba ditahan daripqda pembagian dividen.

Likuiditas mencerminkan kapasitas internal perusahaan dqlam menyelesaikan kewajiban jangka pendek memanfaatkan aset lancar. Ketersediaan dana yang sehat menjadi indikasi kebugaran finansial, namun likuiditas yang melampaui batas wajar justru memicu risiko dana menganggur (*idle cash*) yang mengikis efisiensi aset dan profitabilitas. Dari sudut pandang *signaling theory*, kondisi ini dinilai negatif oleh pemodal karena mencerminkan ketidakmampuan manajemen dqlam mengalokasikan sumber daya secara produktif, sebuah argumen yang diperkuat oleh R. Putri & Handayani (2024) Fenomena ini melahirkan inkonsistensi empiris Saputra & Wahyuni (2024) menemukan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap valuasi

korporasi karena menjadi indikator vital kesehatan keuangan jangka pendek. Sebaliknya, Lestari & Nugraha (2023) membuktikan likuiditas tidak berdampak pada nilai pasar lantaran investor cenderung memprioritaskan variabel yang lebih prospektif seperti kemampuan mencetak laba serta tata kelola struktur modal.

Leverage memengaruhi ketergantungan operasional perusahaan terhadap dana pihak ketiga. Optimalisasi bauran utang mampu mendorong efisiensi fiskal lewat potongan pajak biaya bunga, namun eksekusi leverage yang tidak terkendali dapat memicu kerentanan finansial yang direspons negatif oleh investor. Konsep ini menegaskan pentingnya perusahaan menjaga kapasitas pemenuhan kewajiban utangnya secara efektif. Dari aspek empiris, Putra & Saputri (2023) menjelaskan bahwa akurasi tata kelola utang bertindak sebagai stimulus positif bagi pasar. Studi oleh Rahmawati & Prasetyo (2024) serta Hapsari (2023) mengonfirmasi kontribusi positif leverage dalam mendorong valuasi korporasi melalui struktur modal yang efisien. Namun, hasil kontradiktif disajikan oleh Kusnadi & Lestari (2022) serta Firmansyah & Dewi (2023) yang menunjukkan bahwa rasio leverage gagal memengaruhi nilai pasar karena perhatian investor lebih tertuju pada variabel laba dan potensi gagal bayar perusahaan.

Firm size yang direpresentasikan oleh total aset menjadi indikator penting dalam membentuk persepsi pasar atas keberlanjutan suatu entitas bisnis. Korporasi dengan skala aset besar dinilai lebih unggul dalam pengelolaan sumber daya dan diversifikasi pendanaan, sebuah argumen yang diperkuat oleh Prasetya & Wulandari (2024). Keterkaitan teoretis ini memicu

perbedaan kesimpulan dalam literatur terdahulu. Riset dari N. Sari & Nugroho (2023) serta Ramadhan & Putri (2024) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif dengan nilai pasar karena menawarkan stabilitas finansial yang menarik bagi pemodal. Sebaliknya, Hidayati & Kurniawan (2022), mendapati bahwa ukuran perusahaan gagal memengaruhi nilai pasar secara konsisten lantaran besarnya aset tidak menjadi jaminan atas efisiensi operasional dan kapabilitas perusahaan dalam mencetak laba.

Polarisasi hasil riset terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, serta ukuran perusahaan terhadap valuasi korporasi menciptakan kesenjangan empiris (*research gap*) yang mendasari pentingnya pengujian ulang. Penelitian ini menyoroti dinamika tersebut dengan berfokus pada objek dan kurun waktu yang berbeda. Rentang tahun 2021–2025 ditetapkan sebagai periode pengamatan karena menangkap momentum pemulihan ekonomi pascapandemi COVID-19, di mana terjadi pergeseran masif pada indikator daya beli publik, struktur beban operasional, serta pola pengambilan keputusan investor. Sementara itu, pemilihan sektor consumer goods didasarkan pada signifikansi perannya dalam menyuplai komoditas primer masyarakat yang dicirikan oleh tingkat konsumsi yang konsisten di tengah tekanan makroekonomi. Atas dasar tersebut, jajaran determinan internal ini sangat krusial untuk dievaluasi guna memahami bagaimana pasar menakar kesehatan finansial dan prospek keberlanjutan emiten.

Mengacu pada seluruh paparan tersebut, urgensi riset ini terletak pada penyediaan bukti empiris yang valid mengenai kontribusi profitabilitas, kecukupan likuiditas, leverage, serta skala perusahaan dalam memengaruhi

valuasi pasar pada industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia sepanjang kurun waktu 2021–2025. Secara praktis dan akademis, temuan studi ini diproyeksikan mampu menyumbang kontribusi strategis sebagai acuan pengambilan keputusan bagi pemodal, bahan evaluasi tata kelola bagi manajemen korporasi, serta literatur pendukung bagi studi lanjutan. Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini diformulasikan dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2025.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan ulasan fenomena serta *research gap* tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kontribusi akademik dari studi ini ditargetkan untuk mendorong akselerasi teori pada disiplin manajemen keuangan, spesifik pada isu nilai korporasi di sektor *consumer goods*. Dengan mengangkat kembali perdebatan empiris (*research gap*) seputar variabel profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan, riset ini hadir untuk melengkapi penemuan-penemuan ilmiah yang sudah ada. Seluruh rangkaian data dan analisis yang disajikan dalam naskah ini diharapkan dapat memfasilitasi kebutuhan referensi ilmiah sekaligus menjadi bahan komparasi yang aplikatif bagi para akademisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Investor dan Calon Investor

Temuan dqlam studi ini diharapkan mampu memberikan masukan strategis bagi manajemen untuk memformulasi kebijakan keuangan yang lebih efisien. Keseimbangan pengelolaan antara rasio keuangan makro (leverage dan likuiditas) serta mikro (profitabilitas dan skala ukuran) menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk memacu pertumbuhan nilai entitas bisnis secara berkelanjutan..

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dqlam mengelola kinerja keuangan, terutama dqlam hal profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan, guna meningkatkan nilai perusahaan serta menjaga kepercayaan investor.

3. Bagi Akademik

Studi ini diproyeksikan mampu menyumbang literatur tambahan bagi akselerasi keilmuan, spesifik pqda domain dinamika pasar modal serta manajemen keuangan. Di samping itu, draf analisis ini dapat diadopsi sebagai pij4kan metodologis maupun hipotesis awal bagi kajian ilmiah masa depan yang berniat mengelaborasi lebih dqlam seputar determinan valuasi korporasi.