

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian global tidak selalu dalam kondisi baik, ada kalanya keadaan buruk dan tidak stabil sehingga berdampak pada banyak pihak, terutama dunia bisnis dan perusahaan. Dunia usaha harus mampu merespons segala skenario terburuk di masa depan. Agar bisnis dapat bertahan dalam situasi saat ini, setiap bisnis harus mempunyai pilihan untuk membuat rencana metodologi bisnis, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dengan mempertimbangkan apa yang terjadi dan bagaimana kondisinya (Kusmiyati & Machdar, 2023).

Dalam perkembangan dunia yang begitu cepat, setiap negara berupaya untuk menjadi lebih maju guna merespon kemajuan dunia dengan baik dan cepat. Salah satu pengaruh yang paling signifikan terhadap keuangan suatu negara adalah investasi. Perkembangan pasar modal Indonesia juga berdampak pada pertumbuhan tahunan emiten yang mengalami pertumbuhan signifikan (Dewi & Adiwibowo, 2019).

Salah satu tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Bagi pemegang saham, keberhasilan suatu perusahaan tercermin dari meningkatnya nilai. Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada pemegang saham tentang seberapa baik suatu perusahaan dikelola. Dengan asumsi bahwa administrasi menangani organisasi dengan benar dan efisien, maka nilai organisasi akan meningkat. Harga

saham seringkali menunjukkan peningkatan nilai perusahaan di mata pemegang saham (Savitri *et al.*, 2021).

Perusahaan yang tidak dapat bertahan maka kinerja atas nilai perusahaan akan mengalami penurunan dan akibatnya dalam perusahaan tersebut adalah menurunnya minat investor untuk berinvestasi. Kondisi perusahaan yang demikian akan mengkhawatirkan karena investor tidak akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut mengingat modal merupakan bagian penting dalam menjalankan suatu usaha (Kusmiyati & Machdar, 2023).

Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam hal memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham, suatu perusahaan harus memenuhi kebutuhan pendanaannya untuk memaksimalkan kinerja. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan harga saham perusahaan yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham perusahaan (Dewantari *et al.*, 2020). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham di pasar modal.

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama bisnis, termasuk meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat pasar yakin terhadap kinerja perusahaan dan prospeknya di masa depan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan harus memenuhi kebutuhan keuangannya untuk memaksimalkan efisiensi operasional. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan harga sahamnya, yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2022).

Persepsi positif investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan dan mengelola seluruh sumber dayanya itulah yang menentukan nilainya. Penciptaan nilai perusahaan yang tinggi tidak diragukan lagi bisnis yang sukses. Keberhasilan organisasi dalam mengelola aset idealnya memberikan dampak positif bagi penyandang dana, sehingga meningkatkan kredibilitas organisasi (Wahyuni dan Banjarnahor, 2022). Menurut Indrarini (2019) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham dan nilai perusahaan dapat menggambarkan kondisi finansial perusahaan.

Harga saham di pasar modal seringkali berfluktuasi, baik naik maupun turun. Fluktuasi harga saham tersebut merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas terkait naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi pasar saham atau kinerja saham di pasar modal dapat diamati melalui Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), dimana investor dapat memantau pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga IHSG maka semakin tinggi pula nilai perusahaan secara keseluruhan. Salah satu pasar modal yang ada di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana BEI mengklasifikasikan perusahaan ke dalam beberapa sektor, salah satunya ada sektor *Consumer non-cyclicals* (Ali et al., 2021).

Perusahaan *Consumer non-cyclicals* atau biasa disebut barang konsumsi merupakan industri yang semakin berkembang dari waktu ke waktu. Perusahaan *Consumer non-cyclicals* ini memiliki 5 sub sektor, seperti makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan

rumah tangga ([link www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)). Alasan peneliti memilih sektor ini karena pada dasarnya perusahaan *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang diperlukan masyarakat untuk mencukupi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup. Selain itu sektor ini juga memiliki kelebihan salah satunya adalah ketika krisis terjadi, masyarakat tetap membutuhkan kebutuhan sehari-hari untuk dikonsumsi. Dalam hal ini, dengan meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat maka jumlah permintaan terhadap sektor *consumer non-cyclicals* akan meningkat (Khayati *et al.*, 2022)

Indeks *consumer non-cyclicals* memiliki tingkat return saham yang lebih tinggi dibandingkan IHSG dan LQ-45 di pasar modal, yaitu konsumen sebesar 205,77 persen, IHSG sebesar 148,57 persen, dan LQ-45 sebesar 103,5 persen. Tingkat return saham yang tinggi ini menunjukkan bahwa pangsa pasar pembeli tidak berulang cukup besar. Namun, hal ini tidak berarti bahwa indeks konsumen non-siklikal terus meningkat setiap tahunnya (Pratiwi *et al.*, 2021).

Menurut Utami (2020) menyebutkan kinerja sektor konsumen mengalami penurunan sebesar 19,17% pada triwulan I tahun 2020. Hal ini berlanjut, sejak awal tahun 2021 Bursa Efek Indonesia mencatat *non-recurrent customer area* mengalami penurunan sebesar 11,29%. Hal ini disebabkan oleh turunnya saham-saham berkapitalisasi besar di industri ini: HMSP dan UNVR sama-sama turun masing-masing 23,26 persen dan 30,95 persen (Intan, 2021).

Berdasarkan informasi dari Bursa Efek Indonesia (BEI), sektor *consumer non-cyclicals* turun 15,63% *year to date* (ytd). Dimana saham emiten *food maker* PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) naik 13,05% ytd, kemudian saham

perusahaan induknya yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76% dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 12,92%. Namun pasca pemberlakuan pembatasan aktivitas lokal (PPKM) krisis pada 3-20 Juli 2021 khusus di Pulau Jawa dan Bali, memberikan semangat bagi saham-saham, khususnya sektor *consumer non-cyclicals*, untuk bergerak lebih cepat dengan menguat sebesar 1,8% (Ika, 2021).

Pada tahun 2020, adanya fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan pada PT Gudang Garam Tbk (GGRM). Dimana harga saham PT GGRM berkurang di akhir penutupan. Saham PT. Gudang Garam, Tbk. di level Rp 40.925 per penawaran, turun 6,99 persen. Pasar saham dalam negeri terpuruk akibat kondisi negara yang melemah akibat virus Covid-19 yang menyebabkan harga saham anjlok. Harga saham GGRM berkisar Rp 43.850 per unit hingga Rp 40.925 per unit. Kinerja indeks sektor konsumen non-siklus mengalami penurunan sebesar 5,76 persen akibat turunnya harga saham GGRM (Suzan & Shafira, 2022).

Fenomena fluktuasi saham tentu akan mempengaruhi minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* saat ini. Terlihat bahwa salah satu perusahaan tersebut mengalami penurunan harga saham dimana harga saham sering dikaitkan dengan nilai perusahaan (Rahma dan yahya, 2021). Oleh karena itu timbul pertanyaan, mengapa tiap tahun terjadi fluktuasi saham dan hal ini menjadi alasan peneliti tertarik untuk meneliti nilai perusahaan sebagai variabel dependen, maka dari itu penting untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Sales Growth*, karena hal ini mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu. Pertumbuhan penjualan memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan, juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila perkembangan usaha organisasi positif dan berkembang, maka akan menunjukkan penghargaan terhadap organisasi yang sangat besar, yang merupakan harapan dari pemilik organisasi (Wijaya, 2019). Dengan adanya pertumbuhan penjualan hal ini dapat menarik minat para investor untuk menanamkan sahamnya.

Penelitian Dolontelide dan Wangkar (2019), menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang memiliki perkembangan penjualan yang tinggi akan lebih *profitable* dan harga saham juga pasti akan meningkat sehingga nilai perusahaan menjadi bagus.

Penelitian Zhafira dan Andayani (2019), menunjukkan *sales growth* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan yang artinya apabila semakin tinggi pertumbuhan penjualan atau *sales growth* maka nilai perusahaan akan meningkat. Dari penelitian tersebut, *sales growth* atau pertumbuhan penjualan ini didukung oleh pendapatan perkapita masyarakat, gaya hidup masyarakat, daya beli masyarakat secara individu.

Penelitian Khoeriyah (2020) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dapat lebih mengembangkan bisnisnya dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan membandingkan pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya. Sehingga

pertumbuhan transaksi yang lebih tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada organisasi dan hal ini akan berdampak pada peningkatan kepercayaan organisasi dalam segi nilai perusahaan.

Penelitian Fajriah *et al.*,(2022), menunjukkan bahwa peningkatan penjualan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan organisasi. Investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya karena harga saham akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi, yang mencerminkan peningkatan pendapatan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Yasin *et al.*, (2022) menunjukkan hasil bahwa *Sales Growth* atau pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu, Profitabilitas. Profitabilitas adalah suatu cara yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dalam suatu waktu atau suatu periode tertentu. Jika profitabilitas suatu perusahaan meningkat maka pemasok, investor dan juga kreditor dapat meninjau kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, hal ini berindikasi positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan kemampuan *return/* dividen tersebut akan para pemilik saham (Syahputra, 2020).

Profitabilitas terlihat baik dan kondisi ini berlangsung secara stabil maka nilai perusahaan juga akan tinggi, harga saham mungkin akan tinggi sesuai dengan yang diperkirakan, dan manajemen telah melakukan pekerjaannya dengan baik. Jika perusahaan memiliki profitabilitas yang baik maka investor akan tertarik

menanamkan modalnya, karena adanya harapan akan memperoleh keuntungan dari penanaman modal tersebut (Zidane & Suwarti, 2022).

Rasio profitabilitas juga merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan bisnis pada umumnya (Hery, 2013). Peneliti menjabarkan Profitabilitas ke dalam margin laba yang diukur melalui rasio *Return On Asset* (ROA). Perusahaan bergantung pada keuntungan untuk mempertahankan operasinya, sehingga keuntungan sangat penting bagi suatu perusahaan. Rasio laba bersih suatu perusahaan terhadap total asetnya dikenal dengan rasio ROA. Hal ini menunjukkan bahwa posisi perusahaan dalam hal penggunaan aset semakin membaik dan tingkat laba meningkat seiring dengan semakin tingginya ROA. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar (Krisnando, 2019).

Penelitian Astuti dan Yadnya (2019), menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi laba yang diukur dengan ROA memungkinkan nilai perusahaan meningkat.

Penelitian Dewi dan Ekadjaja (2020), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana adanya indikasi membaiknya prospek perusahaan, seperti keuntungan atau keuntungan yang tinggi, dapat mendorong investor untuk ikut serta dalam peningkatan permintaan saham. Permintaan saham meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Ali *et al.*, (2021), menunjukkan hasil bahwa ROA berpengaruh tidak secara nyata (signifikan) terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain ROA

tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian perusahaan sektor industri barang konsumsi belum dapat mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Paat *et al.*, (2021) hasil menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Apabila profitabilitas di dalam perusahaan yang dicerminkan oleh *return on asset* (ROA) tinggi maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat karena nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran aset dan semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan.

Profitabilitas juga erat kaitannya dengan dividen. Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen suatu perusahaan menentukan apakah laba dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau laba ditahan untuk mendanai investasi masa depan (Harjito dan Martono, 2011). Selain itu, dividen menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Dividen dapat menunjukkan stabilitas perusahaan dan prospek kedepannya kepada pihak luar terutama investor yang akan melakukan investasi ke perusahaan yang dituju (Ovami & Nasution, 2020).

Profit yang dimiliki perusahaan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dividen kepada pemegang saham sebagai bentuk dari kewajibannya dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Adanya rasio profitabilitas dapat menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Apabila perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi, maka perusahaan

dapat membagikan dividen yang tinggi pula kepada pemegang saham (Heryunda, 2018). Dan hal tersebut akan berpengaruh pada meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian Ovami dan Nasution (2020), yang menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berarti perusahaan yang melakukan kebijakan dividen akan memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Tindakan kebijakan dividen yang dilakukan oleh perusahaan dengan membagikan dividen tunai meningkatkan likuiditas saham perusahaan tercatat LQ-45. Karena sebagian investor percaya bahwa aktivitas kebijakan dividen adalah pertanda positif dari perusahaan.

Penelitian Rolanta *et al.*, (2020), menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai dividen yang tinggi maka akan banyak saham yang dibagikan, namun dengan nilai kebijakan dividen yang rendah maka tidak mungkin ada saham yang dibagikan atau ada dana yang disisihkan untuk membiayai usaha pada tahun berikutnya. Karena kenyataan bahwa beberapa investor biasanya menikmati dividen, dividen besar yang dibayarkan kepada pemegang saham akan menarik bagi pemegang saham.

Penelitian Herdiani *et al.*, (2021), menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa sebuah organisasi dengan angsuran keuntungan yang besar kepada para investornya dapat membangun nilai organisasi tersebut, karena para investor akan menempatkan aset mereka pada sebuah organisasi yang dengan andal menyebarkan manfaatnya sebagai keuntungan.

Penelitian Sihombing dan Indriaty (2022) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Yang dimana besarnya dividen ini dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayarkan tinggi, maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi, sebaliknya, jika dividen yang dibayarkan kecil, maka harga saham perusahaan tersebut juga rendah.

Penelitian Rosalia *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bisa diasumsikan bahwa walaupun perusahaan *property dan real estate* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia telah efektif dalam mengelola keuntungan atas pembagian dividen namun, kebijakan dividen yang dilakukan tidak memiliki dampak signifikan terhadap besarnya nilai perusahaan.

Penelitian Thamara dan Ulfah (2022) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dijelaskan bahwa pemilik saham mempunyai hak terhadap perusahaan untuk menggunakan keuntungannya. Beberapa perusahaan tidak dapat memutuskan apakah akan membayar dividen kepada pemegang saham atau mempertahankan dividen sebagai laba ditahan untuk membiayai investasi masa depan. Akibat keadaan tersebut, kebijakan dividen belum mampu berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penulis tertarik untuk meneliti ketiga variabel tersebut sebagai variabel independen karena masih terdapat kesenjangan penelitian berdasarkan uraian latar belakang di atas dan hasil beberapa penelitian sebelumnya. Hasil penelitian

mengenai kebijakan dividen, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terus menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menguji dan menganalisis keterkaitan antar variabel yang diteliti dengan mengangkat judul **“Pengaruh *Sales Growth*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen, Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Tahun 2018-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yang didasarkan pada latar belakang sebelumnya sebagai berikut :

1. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tahun 2018-2022?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tahun 2018-2022?
3. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tahun 2018-2022?
4. Apakah *Sales Growth*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tahun 2018-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yang didasarkan pada latar belakang dan rumusan permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan tahun 2018-2022.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tahun 2018-2022.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan tahun 2018-2022.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *sales growth*, Profitabilitas dan kebijakan dividen secara simultan terhadap nilai perusahaan tahun 2018-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi pihak-pihak yang tertarik dengan temuan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber perspektif untuk pemeriksaan lebih lanjut. Selain itu, penulis juga berharap hasil penelitian ini nantinya akan dapat mendorong peningkatan eksplorasi lebih lanjut di bidang akuntansi. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan lebih dalam mengenai pengaruh *sales growth*, profitabilitas dan kebijakan dividen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk pihak manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Skripsi yang disusun diharapkan dapat dipergunakan secara ilmiah sebagai bahan pemikiran dalam menentukan keputusan berinvestasi dan dapat menjadi referensi untuk situasi yang berbeda dan nyata dalam organisasi.

c. Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, dapat menjadi referensi untuk perbaikan penelitian masa depan mengenai nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Tugas Akhir

Penulisan Skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dengan tujuan untuk mempermudah pencarian informasi yang dibutuhkan. Pembagian bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab ini, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan landasan teori dalam penulisan skripsi ini, meliputi teori-teori yang menjadi landasan acuan teori yang

digunakan dalam menganalisis pada penelitian ini, yang meliputi telaah teoritis, telaah empiris, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data. Dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian

