

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

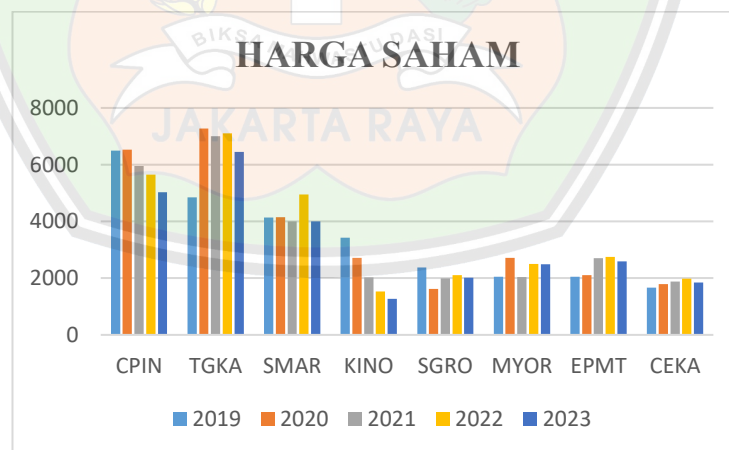
Di era globalisasi saat ini, banyak perusahaan di berbagai bidang yang terdaftar di bursa saham, dan kondisi ekonomi yang semakin membaik menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Sebagai salah satu negara yang sedang berkembang, Indonesia menunjukkan hal ini melalui kemajuan di berbagai sektor, termasuk dalam perekonomian. Perekonomian yang terus meningkat di Indonesia memicu semangat para pengusaha untuk tetap bersaing dan berinovasi dalam mengembangkan bisnis mereka (Adita *et al.*, 2025). Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk fokus pada peluang pertumbuhan dan setiap perusahaan perlu mengamati nilai perusahaan guna menarik investor yang berkualitas, sehingga perusahaan dapat terus berkembang (Alviolennia, 2022). Jika perusahaan gagal mempertahankan keberlangsungannya, nilai perusahaan akan berkurang dan pada akhirnya mengurangi ketertarikan investor untuk menanamkan modal (Kusmiyati & Machdar, 2023).

Nilai perusahaan menarik perhatian berbagai pihak, terutama kalangan dunia usaha (Dwiastuti & Dillak, 2019). Nilai perusahaan merupakan nilai yang ada saat ini dan nilai di masa depan, sehingga penting untuk mempertimbangkan aspek waktu dan uang. Hal ini membantu menilai pengeluaran atau pendapatan di masa depan, sementara evaluasi dan pengambilan keputusan perlu dilakukan pada waktu sekarang (Ningrum, 2022). Bagi para pemegang saham, keberhasilan perusahaan

tercermin dari peningkatan nilainya. Nilai perusahaan ini memberikan gambaran kepada investor mengenai seberapa efektif manajemen dalam mengelola bisnis. Jika diasumsikan bahwa manajemen menjalankan operasional bisnis dengan efektif dan kompeten, nilai organisasi akan mengalami pertumbuhan (Savitri *et al.*, 2021). Peluang investasi dapat memberi investor informasi tentang keuntungan yang akan perusahaan peroleh serta prospek masa depan perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022).

Sektor *consumer non-cyclicals* adalah salah satu sektor saham yang berperan penting di Indonesia. Perusahaan dalam sektor *consumer non-cyclicals* memiliki potensi besar untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, mengingat sektor ini relatif stabil dan mampu bertahan dari fluktuasi ekonomi dan juga menunjukkan pertumbuhan yang stabil setiap tahun. Dengan stabilitas permintaan yang tinggi, sektor ini menjadi pilihan menarik bagi investor yang mencari kestabilan jangka panjang (Suzan & Shafira, 2022). Sektor *consumer non-cyclicals* (barang konsumen primer) merupakan perusahaan yang menghasilkan barang kebutuhan sehari-hari. Terdapat beberapa perusahaan dalam sektor *consumer non-cyclicals*, seperti perusahaan yang memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman, termasuk biskuit, wafer, coklat, kopi, sereal, dan makanan kesehatan, yaitu PT Mayora Indah Tbk (MYOR) dengan produk yang terkenal antara lain Kopiko, Energen, Torabika, dan berbagai varian biskuit seperti Roma, Better, dan Royal Choice. Kemudian perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk, mulai dari makanan dan minuman, produk perawatan pribadi, hingga produk perawatan rumah tangga, yaitu PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan produk yang

terkenal yaitu Wall's, Pepsodent, Sunlight, Royco dan lain-lain. Selain itu, terdapat perusahaan yang mengoperasikan jaringan supermarket dan hipermarket yang menjual kebutuhan sehari-hari. Dengan kata lain, perusahaan yang menjual makanan dan minuman, produk kecantikan dan kesehatan, serta produk lainnya yang dijual melalui jaringan tokonya, juga menyediakan layanan *e-commerce* melalui platform online Hypermart Online dan Chat & Shop, yaitu PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA). Toko-tokonya yang terkenal antara lain Hypermart, Foodmart, dan Boston Health and Beauty. Harga saham di pasar modal kerap mengalami perubahan, baik peningkatan maupun penurunan dan itu jelas berdampak pada minat investor untuk berinvestasi di perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19 (Rahma & Yahya, 2021). Selama periode tersebut, sektor ini mengalami penurunan harga saham, termasuk di dalamnya delapan perusahaan berikut.



Gambar 1. 1 Grafik Harga Saham

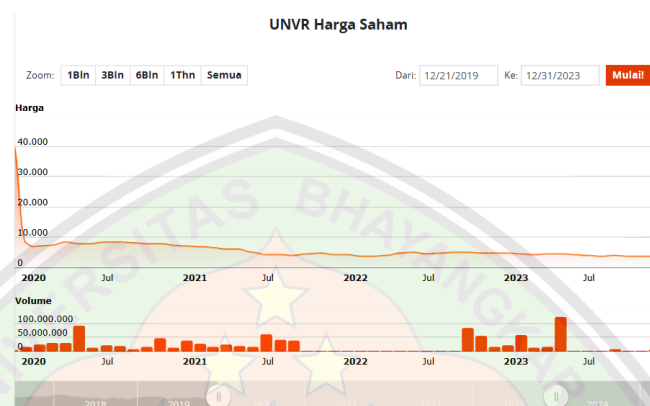
Sumber: <https://id.investing.com>

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terdapat delapan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mengalami penurunan harga saham, yaitu Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN), Tigaraksa Satria Tbk (TGKA), Smart Tbk (SMAR), Kino

Indonesia Tbk (KINO), Sampoerna Agro Tbk (SGRO), Mayora Indah Tbk (MYOR), Enseval Putera Megatrading Tbk (EPMT), Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA). Beberapa perusahaan sempat mencatat kenaikan harga saham selama periode tersebut, namun pada tahun berikutnya nilai saham tersebut kembali mengalami penurunan. Selain itu, terdapat pula perusahaan yang menghadapi penurunan nilai sahamnya selama periode 2019-2023 secara berturut-turut yaitu Kino Indonesia Tbk (KINO).

Berdasarkan laman <https://investasi.kontan.co.id> saham-saham dalam sektor *consumer non-cyclicals* (barang konsumen primer) mengalami kinerja yang kurang baik dibandingkan dengan sektor *consumer cyclicals* (barang konsumen non-primer), karena beberapa faktor berikut, yaitu sektor *consumer non-cyclicals* didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi besar yang dimana saham-saham ini cenderung stabil. Kinerja sektor *consumer non-cyclicals* sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat, karena ketika daya beli melemah, konsumsi barang primer cenderung menurun. Sektor *consumer non-cyclicals* tertekan oleh kenaikan biaya bahan baku dan operasional. Persaingan di sektor *consumer non-cyclicals* yang tinggi memaksa perusahaan meningkatkan efisiensi dan strategi pemasaran untuk tetap bersaing. Meskipun sektor *consumer non-cyclicals* mengalami kinerja yang kurang baik, sektor ini tetap menjadi salah satu pilihan investasi yang tepat. Hal ini karena barang dan produk yang ditawarkan, seperti makanan, minuman, serta kebutuhan sehari-hari lainnya, selalu diminati bahkan ketika kondisi pasar tidak stabil atau saat ekonomi sedang sulit.

Fenomena yang dapat diamati pada sektor *consumer non-cyclicals* khususnya di industri barang kebutuhan pokok, makanan, minuman, produk kecantikan, serta produk perawatan tubuh, seperti yang terjadi pada PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dalam periode 2019 hingga 2023.



Gambar 1. 2 Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk 2019-2023

Sumber: <https://www.idnfinancials.com>

Berdasarkan gambar 1.2, pada tahun 2019 saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) ditutup pada harga Rp8.400,00. Kemudian perusahaan mengalami penurunan harga saham, yaitu pada tahun 2020 ditutup dengan harga Rp7.350,00 dan pada tahun 2021 dengan harga Rp4.100,00. Di tahun 2022 perusahaan mengalami kenaikan dari Rp4.100,00 menjadi Rp4.700,00. Lalu, di tahun 2023 perusahaan kembali mengalami penurunan harga saham ditutup dengan harga Rp3.530,00.

Berdasarkan laman <https://www.liputan6.com>, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sudah dua tahun berturut-turut mengalami penurunan, baik di tahun 2020 maupun 2021 disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk dampak pandemi COVID-19 terhadap daya beli masyarakat, persaingan pasar yang ketat, kenaikan biaya operasional, dan juga perubahan preferensi investor. Lalu, pada tahun 2022

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mulai mengembalikan kinerja bisnis setelah mengalami dua tahun yang berat di masa pandemi COVID-19. Perusahaan berkomitmen penuh untuk terus menumbuhkan bisnis secara konsisten, kompetitif, menguntungkan dan bertanggung jawab. September 2022, perusahaan berhasil mencatatkan penjualan bersih sebesar Rp 31,5 triliun atau tumbuh 5% year on year. Segmen rumah tangga dan perawatan tubuh menjadi kontributor penjualan terbesar yang sebelumnya Rp20,05 triliun menjadi Rp20,83 triliun. Segmen makanan dan minuman mencatat penjualan sebesar Rp10,70 triliun atau naik 7,27% dari Rp9,97 triliun pada September 2021. Sejalan dengan naiknya penjualan, perusahaan membukukan kenaikan laba bersih sebesar Rp4,61 triliun, naik 5,3% dibandingkan dengan tahun lalu sebesar Rp4,37 triliun. Namun, berdasarkan laman <https://www.cnnindonesia.com> di tahun 2023 PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kembali mengalami penurunan harga saham karena aksi boikot terhadap produk yang dianggap pro-Israel, juga berdampak negatif pada citra perusahaan dan mengurangi minat konsumen untuk membeli produk Unilever. Perusahaan berupaya meningkatkan daya saing dengan menciptakan produk baru, mengurangi biaya produksi, dan menyusun strategi yang lebih baik. Langkah ini dilakukan untuk menstabilkan harga, memperbaiki kinerja, serta mengembalikan kepercayaan konsumen dan investor. Upaya tersebut telah menunjukkan hasil positif, termasuk pemulihan sebagian kerugian saham yang sebelumnya dialami akibat dampak reaksi konsumen terhadap situasi geopolitik di Timur Tengah.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *independent board of commissioner* atau dewan komisaris independen. Dewan komisaris

independen adalah kelompok anggota yang dipilih melalui rapat pemegang saham, tanpa hubungan dengan investasi, pengelolaan, atau kepentingan dalam perusahaan, sehingga dapat menghadapi kendala saat menjalankan tugasnya (Intia & Azizah, 2021). Untuk menerapkan manajemen perusahaan yang baik, pihak atau kelompok harus bertanggung jawab untuk memantau pelaksanaannya selain direksi (Rusli *et al.*, 2020). Tugas utama dewan komisaris independen adalah mengawasi kinerja direksi, memberikan masukan dan bimbingan terkait perencanaan, pengelolaan, serta pelaksanaan operasional bisnis dan berbagai persoalan perusahaan. Selain itu, juga bertanggung jawab untuk mengevaluasi apakah manajemen telah menjalankan kewajibannya dalam mengembangkan dan menerapkan sistem pengendalian internal yang efektif (Aprianti *et al.*, 2022). Dengan demikian, perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas laporan keuangan yang dapat menarik investor untuk berinvestasi dan meningkatkan nilai perusahaan (Padmayanti *et al.*, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.* (2019) menyimpulkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, hal ini juga didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abaharis dan Gusanda (2018) karena komisaris independen mempunyai tujuan sebagai penyeimbang pengambil keputusan. Sedangkan, hasil penelitian Firdausy dan Hermanto (2023) menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena kurangnya peran dari dewan komisaris independen dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap pengelola suatu perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *profitability* atau profitabilitas. Profitabilitas adalah metode untuk menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu (Maharani et al., 2024). Profitabilitas juga merupakan rasio yang menunjukkan efektivitas manajemen dalam menghasilkan pengembalian dari investasi atau penjualan (Husna & Rahayu, 2020). Profitabilitas berperan sebagai faktor kunci karena mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengoperasikan bisnis sekaligus menentukan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang (Faizal et al., 2024). Investor cenderung tertarik pada saham perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi. Pandangan investor terhadap profitabilitas sebuah perusahaan dapat memberikan dampak pada harga saham sekaligus nilai perusahaan tersebut (Rachman, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Salsabilla dan Rahmawati (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian Dwicahyani et al. (2022) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *growth opportunity* atau peluang pertumbuhan. *Growth opportunity* adalah peluang bagi perusahaan untuk berkembang, mencapai target pertumbuhan, atau memperluas bisnisnya. Potensi ini biasanya dinilai berdasarkan peningkatan total aset perusahaan (Fitri et al., 2022). Perusahaan dengan peningkatan aset yang signifikan dapat dianggap sedang berkembang. Semakin tinggi *growth opportunity*, semakin besar peluang perusahaan meraih keuntungan di kemudian hari, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham sebagai cerminan nilai perusahaan (Zidane

& Suwarti, 2022). Ketika sebuah perusahaan menunjukkan perkembangan bisnis yang baik, hal ini tidak hanya meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, tetapi juga mendorong minat mereka untuk berpartisipasi dalam kepemilikan saham (Pratiwi *et al.*, 2022).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhanti dan Cipta (2022) menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Halim (2022) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Nathanael dan Panggabean (2020) menyimpulkan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena beberapa penelitian sebelumnya tidak sepenuhnya mengungkap hubungan antara dewan komisaris independen, profitabilitas, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Temuan penelitian terdahulu menampilkan hasil yang beragam, baik yang saling memperkuat maupun saling bertolak belakang mengenai peran dewan komisaris independen, profitabilitas, dan *growth opportunity*. Pemilihan perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* sebagai objek penelitian karena dianggap lebih menggambarkan kondisi dalam pasar modal dan hasil produksinya selalu digunakan masyarakat walaupun dalam kondisi ekonomi sulit sekalipun produk ini lebih stabil.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Independent Board of Commissioner, Profitability, dan Growth Opportunity* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah *independent board of commissioner* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
4. Apakah *independent board of commissioner, profitability, dan growth opportunity* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat ditentukan tujuan yang akan diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *independent board of commissioner* terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *profitability* terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *independent board of commissioner*, *profitability*, dan *growth opportunity* terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat penelitian, antara lain:

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik pada ilmu akuntansi, khususnya dalam konsentrasi keuangan dengan menyediakan informasi tentang pengaruh *independent board of commissioner*, *profitability*, dan

growth opportunity terhadap *firm value*. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa membantu manajemen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas (*profitability*) yang baik merupakan faktor penarik investor, dimana peningkatan permintaan saham yang dihasilkan akan berdampak pada penguatan nilai perusahaan dan bisa memastikan tata kelola yang efektif dengan adanya dewan komisaris independen (*independent board of commissioner*).

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi investor dengan menyajikan informasi kondisi keuangan perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam mengevaluasi dan juga dapat menjadi acuan untuk pengambilan keputusan investasi.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan dasar referensi bagi studi-studi berikutnya yang relevan serta menambah koleksi pustaka akademis di tingkat perguruan tinggi.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi cakupan pembahasan untuk memastikan fokus dan pencapaian tujuan penelitian secara efektif. Penelitian ini mengkhususkan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI, dengan periode

analisis selama lima tahun (2019–2023). Data diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan-perusahaan tersebut.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Untuk memastikan penulisan penelitian ini lebih terarah dan mudah dipahami, penulis mengikuti sistematika yang mengacu pada Pedoman Teknis Tugas Akhir yang diterbitkan oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi terkait pendahuluan pada penelitian yang menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi terkait tinjauan pustaka yaitu teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu mengenai *firm value*, *independent board of commissioner*, *profitability*, *growth opportunity*, telaah empiris, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi terkait desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

Bab ini berisi terkait deskripsi hasil penelitian, hasil analisis penelitian, dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini, berisi terkait kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan, implikasi manajerial, dan saran yang diberikan penulis sehubungan dengan penelitian.

