

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia melakukan perubahan daftar saham yang dibuat per sektor perusahaan berdasarkan IDX-IC (*Indonesian Stock Exchange Industrial Classification*) berlaku mulai 25 Januari 2021. Diekspos melalui website idx.co.id, IDX-IC telah membuat kelompok perusahaan yang terdaftar sesuai dengan eksposur pasar atas produk atau jasa. Dengan demikian, metode klasifikasi IDX-IC memiliki tujuan untuk memberi panduan kepada pengguna sesuai kelompok perusahaan yang sejenis. Klasifikasi tersebut terdiri dari 12 sektor, 35 sub sektor, 69 industri, serta 130 sub industri. Dari 12 sektor tersebut terdapat sektor *consumer non-cyclical* (konsumen primer) dan *consumer cyclical* (konsumen non primer). Perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumen, baik primer maupun non-primer, memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Barang konsumen primer mencakup produk-produk yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan, minuman, dan barang-barang rumah tangga, sedangkan barang konsumen non-primer mencakup produk yang bersifat lebih sekunder, seperti pakaian, kosmetik, dan elektronik. Perusahaan sektor ini tidak hanya berperan dalam menyediakan barang dan layanan yang dibutuhkan masyarakat, tetapi juga menjadi sumber pendapatan signifikan bagi banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer mulai menjadi sorotan dikarenakan perkembangan yang maju pesat, karena itu perusahaan sektor

ini berusaha menghasilkan barang dengan kualitas tinggi namun dengan biaya yang rendah untuk meningkatkan daya saing di pasar internasional yang terbelah kalah dibandingkan dengan negara lain. Dilansir oleh [Antaranews.com](https://www.antaranews.com) pada juni 2024, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Selasa sore, ditutup menguat dipimpin oleh saham-saham sektor barang konsumen non primer. IHSG ditutup menguat 63,12 poin atau 0,90 persen ke posisi 7.099,31, hal tersebut menjadikan perusahaan sektor barang konsumen sebagai fokus objek pada penelitian ini.

Perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dinamika ekonomi serta persaingan yang semakin ketat menjadi tantangan perusahaan sektor barang konsumen primer dan non-primer yang kemudian juga memiliki dampak pada nilai perusahaannya. Nilai perusahaan menjadi salah satu fokus utama, yang mencerminkan kinerja dan daya tarik suatu perusahaan di mata investor. Dalam konteks ini, nilai perusahaan menjadi indikator tingkat kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang dicermati oleh para investor dan pemangku kepentingan lainnya. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kekuatan finansial saat ini, tetapi juga potensi pertumbuhan di masa depan. Pada dasarnya jika nilai suatu perusahaan baik maka, kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Perusahaan umumnya berusaha untuk mencapai tujuannya, yaitu memaksimalkan tujuan jangka panjang dengan mampu meningkatkan nilai perusahaan dan menyejahterakan para pemegang saham

menurut Patricia et al. dalam (Syafitri 2024).

Nilai perusahaan dapat diketahui dengan menggunakan beberapa rasio, seperti; rasio *Price to Book Value* (PBV), *Price to Earning Ratio* (PER) dan tobin's q. Yang mana sering ditemukan pada penelitian saat ini digunakannya rasio PBV untuk mengetahui nilai perusahaan, namun pada penelitian ini peneliti akan menggunakan rasio PER untuk mengetahui nilai perusahaan.

Diketahui rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer tahun periode 2019–2023 tercantum pada tabel berikut:

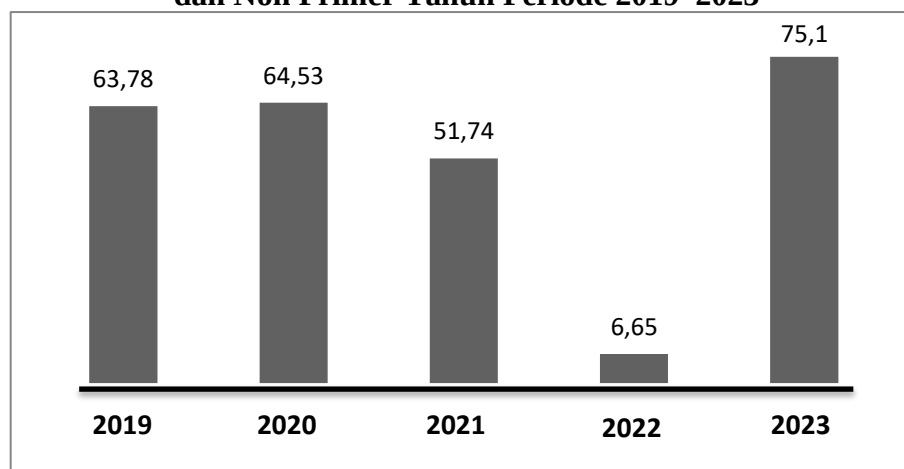
Tabel 1. 1 Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer dan Non Primer Tahun Periode 2019-2023

Tahun	Nilai Rata-rata (PER)
2019	63,78
2020	64,53
2021	51,74
2022	6,65
2023	75,1

Sumber: data diolah 2024

Dari tabel 1.1 diatas maka dapat dibentuk grafik seperti berikut:

Gambar 1. 1 Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer dan Non Primer Tahun Periode 2019–2023



Sumber: data diolah 2024

Pada gambar 1.1, dapat dilihat terjadi fluktuasi pada nilai perusahaan sektor

barang konsumen primer dan non primer, berdasarkan perhitungan price to earning ratio (PER), pada tahun 2019 nilai rata-rata perusahaan yaitu 63,78, kemudian terjadi sedikit peningkatan di tahun 2020 menjadi 64,53, di tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 51,74, lalu terjadi penurunan drastis di tahun 2022 menjadi 6,65, dan di tahun 2023 kembali mengalami lonjakan sebesar 68,45 menjadi 75,1.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah *Insider Ownership*. *Insider ownership* yaitu kepemilikan saham suatu perusahaan oleh *insider* (direksi, komisaris dan manajer). Hal ini menjadikan *insider* memiliki peran ganda yaitu pengelola sekaligus pemilik perusahaan. Indikator pengukuran *insider ownership* (Wibowo & Yuniningsih 2022).

Insider ownership atau kepemilikan manajerial yang tinggi sering kali mencerminkan kepercayaan manajemen terhadap prospek perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, karena mereka melihat bahwa pihak internal memiliki kepentingan yang sama dalam keberhasilan perusahaan, ketika manajemen memiliki saham yang signifikan, mereka cenderung membuat keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo & Yuniningsih 2022) menunjukkan bahwa variabel *insider ownership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga peningkatan proporsi *insider ownership* mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Rinofah, et al., 2022) menunjukkan bahwa *insider ownership*

tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga terindikasi dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Profitabilitas merujuk pada kemampuan suatu entitas, baik perusahaan atau proyek, untuk menghasilkan keuntungan atau laba bersih dari operasinya. Ini adalah ukuran penting untuk menilai efisiensi dan kesehatan keuangan suatu perusahaan. Profitabilitas sering diukur dengan berbagai rasio dan indikator keuangan yang menunjukkan sejauh mana suatu entitas mampu menghasilkan keuntungan terhadap berbagai faktor, termasuk biaya dan pendapatan (Pulungan et al., 2023).

Profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya operasionalnya dengan efisien dan menghasilkan laba bersih yang memadai. Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba merupakan indikator utama dalam menilai prestasi perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kinerja atau prestasi dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan juga meningkat (Oktavia & Fitria 2019)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Nuswandari 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan Return On Equity (ROE), tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Oktavia & Fitria 2019) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki (Gunawan & Nuswandari 2019). Semakin tinggi likuiditas perusahaan akan berdampak pada

kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut.

Likuiditas juga dapat mempengaruhi besar kecilnya dividen yang dibayarkan kepada para pemegang saham. Dividen sendiri merupakan arus kas keluar, semakin besar jumlah kas yang tersedia maka dianggap baik likuiditasnya dan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar dividen menurut Harjito dan Martono dalam (Indrawaty & Mildawati 2019)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sondakh 2019) menyatakan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Andriani, 2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini kebijakan dividen yang akan digunakan sebagai variabel moderasi yang diperkirakan dapat memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh antar variabel. Kebijakan dividen merupakan suatu yang diharapkan oleh pemegang saham sebagai bentuk imbal balik atas kepemilikan saham perusahaan. Jumlah dividen yang dibagikan berdasarkan jumlah profit yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar profit yang dihasilkan oleh perusahaan maka jumlah dividen juga semakin besar Yuliyanti et al., 2013 dalam (Puspitaningtyas et al., 2019)

Kebijakan ini akan melibatkan dua pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda, yaitu pihak pertama para pemegang saham dan pihak kedua perusahaan itu sendiri. Dividen payout ratio bisa dikaitkan dengan nilai perusahaan. Kebijakan dividen yang merupakan suatu keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan

ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi masa yang akan datang (Aldi et al., 2020)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hamilton & Pratomo 2022) menunjukkan bahwa kebijakan dividen mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Walaupun terdapat beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kebijakan dividen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada penelitian yang dilakukan oleh (Rinofah et al. 2022) menunjukkan bahwa hasil kebijakan dividen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan research penelitian terdahulu, yang menunjukan hasil tidak konsisten, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Insider Ownership*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer dan Non Primer Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2023”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yaitu adalah sebagai berikut :

1. Tingkat proporsi dari *insider Ownership* yang tinggi selalu berkorelasi positif dengan nilai perusahaan atau terdapat titik optimal tertentu.
2. Potensi konflik kepentingan (*agency problem*) yang berkaitan dengan proporsi dari *Insider Ownership* dan kebijakan dividen.
3. Tingginya ketergantungan pada permintaan konsumen menyebabkan

profitabilitas perusahaan sektor barang konsumen non primer yang fluktuatif.

4. Kesulitan dalam menyeimbangkan profitabilitas dan likuiditas.
5. Rasio pembayaran dividen perusahaan dari tahun ke-tahun tidak menentu.
6. Ketatnya persaingan pada perusahaan sektor barang konsumen non primer menyebabkan kecilnya tingkat profitabilitas.
7. Perusahaan selalu dituntut agar dapat menjaga tingkat nilai perusahaannya, sehingga dapat membuat investor tertarik melakukan investasi pada perusahaan tersebut.
8. Adanya perusahaan sektor barang konsumen non primer yang tidak mampu membagikan dividen kepada para pemegang saham.
9. Terjadinya penurunan dividen yang disebabkan oleh tekanan margin profitabilitas.
10. Berubahnya kebijakan pemerintah yang juga mempengaruhi tingkat profitabilitas dan likuiditas dari perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, agar penelitian ini lebih terfokus dan mendalam maka penulis membatasi masalah yang diangkat. Penulis membatasi hanya berkaitan pada Pengaruh Insider Ownership (X1), Profitabilitas (X2) dan Likuiditas (X3) sebagai variabel bebas, kemudian Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel terikat dan Kebijakan Dividen (Z) sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen Primer dan non primer yang terdaftar di BEI tahun periode 2019–2023.

1.4 Rumusan Masalah

Dari batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antar variabel yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Insider Ownership* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019–2023?
2. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
4. Bagaimana Pengaruh *Insider Ownership* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019–2023?
5. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Pengaruh *Insider Ownership* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
3. Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
4. Pengaruh *Insider Ownership* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
5. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
6. Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai implementasi Ilmu manajemen keuangan yang telah penulis dapat

selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan atau sarana menambah ilmu pengetahuan yang diperoleh dengan praktek sesungguhnya.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian yang mungkin dapat memberikan informasi pada perusahaan atau menjadi tolak ukur dalam menentukan kebijakan dan perencanaan terkait permasalahan yang akan dibahas.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian dengan masalah yang sama.