

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya dunia perekonomian di Indonesia yang semakin pesat dan banyaknya perusahaan yang ada saat ini, membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat (**Farizki et al., 2021**). Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menjadi insentif yang kuat bagi manajemen perusahaan untuk menunjukkan nilai- nilai terbaik dari Perusahaan yang dijalankannya. Kebutuhan akan informasi yang lengkap dan berkualitas tentang suatu perusahaan akan semakin tinggi. Hal ini mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya, terutama perusahaan yang sudah *go public* di pasar modal (**Aryani et al., 2024**). Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapat keuntungan yang maksimal, memakmurkan para pemilik saham atau pemilik perusahaan, kemudian bertujuan menjadikan nilai perusahaan maksimal (**Fahmi, 2022**).

Di Indonesia perusahaan industri dan manufaktur memegang peranan penting karena telah menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan perekonomian indonesia, salah satunya yaitu perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* atau barang konsumsi primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (**Utami, 2023**) Sektor *consumer non- cyclicals* merupakan sektor industri yang akan mengalami pertumbuhan sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan peningkatan

pendapatannya. Dengan bertumbuhnya tingkat pendapatan masyarakat maka akan meningkatkan jumlah kebutuhannya terhadap *consumer non-cyclicals* (**Khayati et al., 2022**).

Perusahaan sektor barang konsumen primer berada dalam urutan teratas dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga perusahaan di sektor ini memiliki modal yang cukup besar dan pasar yang luas (**Savitri, 2022**). Indonesia menjadi negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi setiap tahunnya. Oleh karena itu, kebutuhan pokok masyarakat juga akan melonjak sehingga Perusahaan sektor barang konsumen primer menjadi salah satu tujuan yang menarik bagi para investor. Banyak pebisnis yang ikut terjun dalam sektor ini, terutama perusahaan-perusahaan yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat karena melihat peluang yang sangat besar di pasar sehingga memicu para investor berinvestasi untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Nilai pada perusahaan merupakan bentuk dari tingkat kepercayaan masyarakat terkait keadaan tertentu terhadap suatu perusahaan selama perusahaan tersebut melaksanakan operasinya setelah masa waktu yang cukup lama (dimulai dari berdirinya perusahaan tersebut hingga sekarang beroperasi). Nilai perusahaan adalah jumlah dana yang diharapkan dapat diterima oleh pemilik saham dan kreditur jika perusahaan dijual atau likuidasi (**Fatimah & Idayati, 2024**). Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat menjadi indikator penting dalam menilai stabilitas dan keberlanjutan perusahaan dalam dunia bisnis.

Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kesejahteraan yang diterima oleh pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang mencerminkan prospek perusahaan di masa depan serta total aset yang dimiliki. Pentingnya nilai perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat di dunia usaha membuat setiap perusahaan berupaya meningkatkan kinerjanya dan menerapkan strategi-strategi yang tepat agar tujuan jangka panjang dapat tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan (**Prasetianingrum et al., 2020**).

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan nilai perusahaannya terus meningkat dan mengupayakan peningkatan tersebut agar kinerja perusahaan dapat dinilai baik, namun pada kenyataannya tidak semua perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaannya secara cepat, karena realitanya masih banyak perusahaan yang terus menurun yang tergambarkan dari turunnya harga saham setiap tahunnya. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Price Book Value (PBV) pengukuran ini dinilai sangat penting bagi investor untuk menetapkan strategi investasi di pasar modal (**Dwiastuti & Dillak, 2019**).

Dalam penelitian ini untuk menentukan nilai perusahaan peneliti menggunakan rasio Price Book Value (PBV), yang dapat dilihat dari perbandingan harga saham dengan nilai buku saham. Berikut disajikan 10 data terakhir rata-rata PBV perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang di ambil sebagai pendukung fenomena atau permasalahan yang terjadi pada perusahaan

sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023

**Tabel 1. 1**

Price to Book Value Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals*

Periode (2019 – 2023)

No	Kode perusahaan	PBV				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	ADES	1,09	1,23	2,00	3,17	3,30
2	ICBP	4,88	2,22	1,85	2,03	1,99
3	ROTI	2,60	2,61	2,95	3,05	2,97
4	AALI	1,48	1,23	0,86	0,69	0,60
5	CEKA	0,88	0,84	0,81	0,76	0,67
6	SKLT	29,24	26,56	30,85	22,80	2,38
7	BISI	1,36	1,26	1,09	1,57	1,38
8	MYOR	4,63	5,38	4,02	4,36	3,64
9	GGRM	2,00	1,37	0,99	0,60	0,64
10	GOOD	4,34	3,23	6,35	5,72	4,06
<b>Rata-rata</b>		<b>5,2478</b>	<b>4,5929</b>	<b>5,1766</b>	<b>4,4746</b>	<b>2,1634</b>

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* mengalami kenaikan serta penurunan atau berfluktuasi. Pada tahun 2019-2020 rata-rata nilai PBV perusahaan *consumer non-cyclicals* menurun dari 5,2478 menjadi 4,5929. Penurunan ini disebabkan oleh melemahnya aktivitas perekonomian akibat pandemi COVID-19, Pada tahun 2020-2021 nilai rata-rata PBV mengalami sedikit peningkatan dari 4,5929 menjadi 5,1766 karena pemulihan ekonomi setelah dampak dari COVID-19. Selanjutnya pada tahun 2021-2022 PBV kembali mengalami penurunan yaitu dari 5,1766 menjadi 4,4746 dan pada tahun 2022-2023 rata-rata PBV mengalami penurunan yang lebih tajam yaitu dari 4,4746 menjadi 2,1634. Nilai

PBV yang mengalami penurunan ini terjadi karena adanya pembatasan aktivitas perekonomian akibat pandemi Covid-19, sehingga berdampak pada turunnya daya beli masyarakat dan menurunnya pendapatan dan kinerja perusahaan di sektor ini.

Nilai Perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui bagaimana suatu perusahaan dapat memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya, bagaimana kinerja perusahaan dalam memanfaatkan dan menggunakan utang sebagai sumber modal untuk membiayai operasional serta bagaimana perusahaan dalam memperoleh laba dari hasil penjualan atau aktivitas lainnya. Adapun aspek finansial yang diprediksi dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya rasio aktivitas, *leverage*, dan profitabilitas (Sriningsih & Sudiarto, 2023).

Faktor yang pertama mempengaruhi nilai Perusahaan adalah rasio aktivitas yang merupakan rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan semua sumber daya atau aset yang dimiliki Perusahaan (Nursalim et al., 2021). Rasio aktivitas melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi pada berbagai jenis aset. Rasio ini terdiri dari inventory turnover, periode pengumpulan piutang, fixed asset turnover, dan total asset turnover. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai Perusahaan. (Nurfaizah & Pamungkas, 2022).

Rasio aktivitas berguna untuk membandingkan kinerja perusahaan berdasarkan tren waktu ke waktu tentang bagaimana kinerja perusahaan bersaing dengan kompetitor dalam analisis perusahaan yang sebanding dan aktivitas

penggunaan aset bisa diukur juga menggunakan rasio aktivitas, rasio aktivitas melihat bagaimana perputaran aktiva yang digunakan dalam operasi bisnis perusahaan. Jika rasio ini semakin tinggi maka semakin bagus yang artinya asset dapat lebih cepat berputar dan mencapai profit serta membuktikan semakin tepat penggunaan keutuhan aset dalam mewujudkan penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan jumlah asset yang sama dapat memperbanyak bagian penjualan jika perputaran aktiva dikembangkan. Perputaran aktiva yang cepat dalam periode tertentu, hal tersebut ialah petunjuk nyata bagi pasar dalam mengelola aset suatu perusahaan. Dalam situasi seperti ini perusahaan akan menarik calon investor guna bergabung menanamkan dananya (Zuliyanti et al., 2022).

Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan (Arci & Ermawati, 2024) dan (Sriningsih & Sudiarto, 2023) menyatakan bahwa rasio aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nofriyani et al., 2021) dan (Kurniawan et al., 2024) menyatakan bahwa rasio aktivitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang ikut mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage* *Leverage Ratio* (Rasio Utang) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang dan juga untuk mengukur kemampuan perusahaan pada saat membayar seluruh kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang jika perusahaan dilikuidasi (Anggraini & Widhiastuti, 2020).

*Leverage* merupakan risiko yang melekat pada setiap perusahaan. Artinya, jika perusahaan memiliki rasio *leverage* yang semakin besar, maka tingkat investasi yang dibiayai dengan utang juga semakin besar. Sebaliknya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total utang yang lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung dana yang disediakan oleh kreditur, yakni rasio yang membandingkan total utang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, investor cenderung lebih berhati-hati. Apabila investor melihat perusahaan dengan aset yang tinggi tetapi rasio *leverage* yang juga tinggi, mereka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi. Hal ini disebabkan oleh kekhawatiran bahwa aset tinggi tersebut diperoleh dari utang, yang dapat meningkatkan risiko investasi jika perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya tepat waktu.

*Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu Perusahaan dalam mengelola hutangnya sehingga dapat memperoleh keuntungan serta dapat melunasi kembali hutang tersebut. Saat perusahaan dapat mengoptimalkan hutangnya hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sumber dana dari hutang dapat digunakan untuk operasional kegiatan perusahaan agar memperoleh keuntungan yang dapat meningkatkan nilai Perusahaan (**Lamba & Atahau, 2022**).

Ketidakkonsistenan juga dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh (**Sari & Wahidahwati, 2021**) dan (**Hiyun Puspita Sari et al., 2023**)

Menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan **(Febriani, 2020)** Menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang ketiga yang dapat mempengaruhi nilai Perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba. Rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan suatu Perusahaan. Rasio ini juga dikenal dengan nama rasio rentabilitas. Rasio ini juga menggambarkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan, baik dari penjualan maupun pendapatan investasi . Oleh karena itu, manajemen suatu perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi target yang telah diharapkan **(Caesaria & Suhartono, 2023)**. Hasil perhitungan rasio ini mencerminkan apakah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh pimpinan perusahaan itu tepat atau tidak. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, semakin baik pula bagi perusahaan. Hasil perhitungan laba ini nantinya akan menjadi panduan penting bagi perusahaan saat akan mengambil keputusan, misalnya ketika ingin berinvestasi atau mengembangkan usahanya menjadi lebih besar **(Noviyanti & Ruslim, 2021)**.

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu **(Anggraini & Widhiastuti, 2020)**. Rasio



profitabilitas memiliki peran yang sangat penting dalam semua sisi aspek bisnis yang ada di perusahaan karena profitabilitas menunjukkan bagaimana perusahaan melakukan kegiatannya secara efektif dan efisien serta mencerminkan kinerja perusahaan. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba karena laba adalah bagian dari tujuan utama dan akan berdampak kepada meningkatnya nilai perusahaan dan memakmurkan para pemegang saham **(Bita et al., 2021)**.

Ketidakkonsistenan juga dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh **(Kurniawan et al., 2024)** dan **(Aditya et al., 2021)** Menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan **(Sriningsih & Sudiarto, 2023)** dan **(Pratiwi & Muthohar, 2021)** Menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti masih adanya kesenjangan atau ketidak konsistenan. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan hasil antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Pengaruh Rasio Aktivitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)".

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Semakin rendah nilai pasar saham suatu perusahaan, semakin kecil pula investor untuk dapat memperoleh keuntungannya.
2. Masih kurangnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba akibat dari menangulangi hutang, sehingga investor ragu dalam berinvestasi.
3. Tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.
4. Profitabilitas memiliki peran yang sangat penting dalam menunjukan keuntungan suatu Perusahaan
5. Kondisi keuangan yang bermasalah dapat berdampak pada kelangsungan hidup Perusahaan.
6. Investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai kinerja buruk.
7. Terjadinya penurunan kinerja keuangan dan profitabilitas yang berakibat kepada nilai perusahaan.
8. *Leverage* yang dimiliki oleh perusahaan masih rendah, hal ini menandakan bahwa perusahaan belum mampu mengelola hutangnya dengan baik.
9. Masih adanya opini yang keliru bahwa perusahaan yang besar hanya dinilai dari asset dan penjualan yang dimilikinya.
10. Tidak semua perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaannya secara cepat

### 1.3 Batasan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh rasio aktivitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan menggunakan profitabilitas sebagai variabel intervening. Dengan rasio aktivitas dan *leverage* sebagai variabel bebas (X), nilai perusahaan sebagai variabel terikat (Y) profitabilitas sebagai variabel intervening (Z) dan Perusahaan Sektor *Consumer non-cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 sebagai (Objek).

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah rasio aktivitas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
3. Apakah rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
6. Apakah rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
7. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mengungkap:

1. Pengaruh rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
4. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

5. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
6. Pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
7. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019- 2023.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan kepada rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki manfaat positif bagi:

##### **1. Bagi peneliti**

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan memperluas pengetahuan mengenai pengaruh rasio aktivitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

##### **2. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan perusahaan ke depannya secara optimal, serta sebagai dasar pertimbangan dalam

pembiayaan aktivitas operasional pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

3. Bagi perguruan tinggi

Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi terbaru yang dapat digunakan sebagai referensi teoritis terkait variabel-variabel yang memengaruhi perkembangan perusahaan.

4. Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan, seperti keputusan untuk melakukan investasi atau meningkatkan jumlah investasi."

5. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian di masa mendatang yang tertarik membahas permasalahan serupa