

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *CONSUMER
GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE
2019-2023**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen*



Oleh :

TIARA RAMADHINA ALKAISYA
21101155310585

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA “YPTK”
PADANG
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya, perusahaan harus mampu bekerja lebih efisien, merumuskan strategi yang tepat, dan memperluas cakupan operasinya agar tetap dapat bersaing dan bertahan dalam pasar yang dinamis. Tidak hanya itu, perusahaan juga harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal, seperti kondisi perekonomian, regulasi pemerintah, serta ekspektasi dari masyarakat dan investor.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Nilai ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan investor, karena nilai perusahaan yang tinggi biasanya mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan stabil. Menurut Safitri & Riduwan (2020) nilai perusahaan adalah pandangan investor tentang keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang baik, sehingga pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya di masa depan.

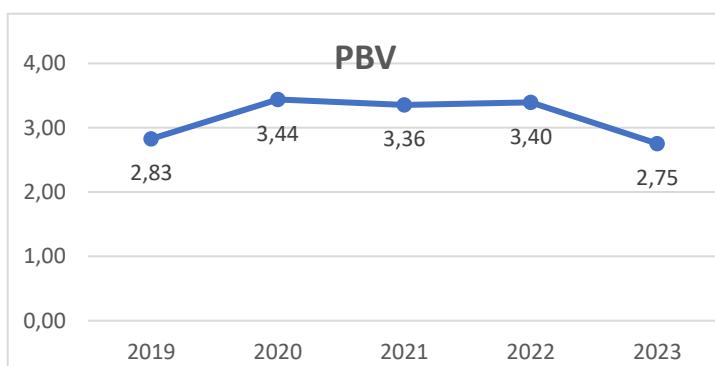
Nilai perusahaan juga menggambarkan bagaimana perusahaan itu dikelola. Jika perusahaan mampu mengelola segala aspek baik dari dalam maupun luar dengan baik, maka perusahaan akan dilihat positif oleh calon investor. Karyawan yang menjalankan tugasnya sesuai visi dan misi perusahaan juga akan membantu

menciptakan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Sebaliknya, jika pengelolaannya kurang baik, nilai perusahaan bisa menurun.

Salah satu cara untuk mengukur nilai perusahaan adalah melalui rasio *Price to Book Value* (PBV), yang memberikan gambaran tentang seberapa baik perusahaan dikelola dan seberapa besar nilai yang diberikan oleh pasar terhadap aset yang dimiliki. Rasio ini bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham karena secara teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini dipilih karena sering digunakan oleh para analis sekuritas untuk memprediksi harga saham di masa depan. Menurut Akbar (2021), PBV dapat mengetahui apakah suatu saham mengalami *overvalued* atau *undervalued* dan juga dapat dijadikan bahan pertimbangan investor dalam memutuskan apakah suatu saham layak untuk dibeli.

PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar percaya perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan. Artinya, investor yakin bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada nilai aset bersihnya saat ini (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Sebaliknya, PBV yang rendah bisa menunjukkan kurangnya kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah. Meski begitu, PBV yang rendah juga bisa menarik bagi beberapa investor yang melihatnya sebagai peluang karena harga sahamnya lebih rendah dibandingkan nilai bukunya.

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor ini dipilih karena memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi tantangan dalam menjaga nilai perusahaan yang berfluktuasi. Berikut data total PBV pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.



Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Gambar 1. 1
Grafik Price to Book Value (PBV) Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2019 - 2023

Tabel 1. 1
Data Price to Book Value (PBV)
Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2019 – 2023

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	0,36	0,34	0,58	0,70	0,79
2	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	2,35	1,85	1,66	1,91	2,48
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0,88	0,84	0,81	0,76	0,67
4	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	8,53	6,71	5,63	5,51	5,63
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	4,49	3,45	2,96	3,06	3,02
6	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	3,48	2,75	3,33	1,49	2,53

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
7	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	4,88	2,20	1,85	2,03	1,99
8	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	1,28	0,76	0,64	0,63	0,56
9	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	3,24	4,61	3,03	3,05	2,58
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	0,03	13,99	15,69	17,98	12,14
11	MYOR	Mayora Indah Tbk.	4,62	5,38	4,02	4,36	3,64
12	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	2,60	2,59	2,93	3,05	2,97
13	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	0,68	0,58	0,63	0,61	0,51
14	SKLT	Sekar Laut Tbk.	2,92	2,66	3,09	2,28	0,24
15	STTP	Siantar Top Tbk.	2,74	4,66	3,00	2,55	2,53
16	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	0,99	0,85	0,65	0,54	0,45
17	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	3,43	3,87	3,53	2,93	2,55
Rata-rata			2,83	3,44	3,36	3,40	2,75

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan grafik diatas, pada tahun 2019 nilai PBV berada pada angka 2,83. Nilai ini meningkat pada tahun 2020 menjadi 3,44 yang merupakan nilai tertinggi selama periode 5 tahun tersebut. Namun, mulai tahun 2021 terjadi penurunan menunjukkan tren yang kurang positif yaitu menjadi 3,36 lalu mengalami kenaikan lagi yaitu 3,40 pada tahun 2022, dan akhirnya mencapai titik terendah sebesar 2,75 pada tahun 2023.

Sementara itu, berdasarkan data pada tabel, terlihat adanya variasi PBV antar perusahaan di sektor makanan dan minuman. Pada PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MLBI) memiliki rata-rata PBV tertinggi selama periode ini yaitu 11,96, menunjukkan performa yang sangat positif di pasar. Sedangkan PT. Budi Starch & Sweetener, Tbk. (BUDI) memiliki rata-rata PBV terendah sebesar 0,55,

yang mencerminkan valuasi pasar yang rendah terhadap nilai bukunya. Secara keseluruhan, rata-rata PBV sektor ini mengalami penurunan selama lima tahun terakhir, dari 2,86 pada tahun 2019 menjadi 2,74 pada tahun 2023. Penurunan ini mencerminkan adanya perubahan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan dalam sektor makanan dan minuman, yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, seperti kinerja perusahaan, kondisi ekonomi makro, atau perubahan tren pasar.

Industri makanan dan minuman memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Perindustrian (2023), sektor tersebut berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas sebesar 39,10 persen dan menyumbang sebesar 6,55 persen terhadap PDB nasional tahun 2023. Selain itu, sektor industri makanan dan minuman terus menarik minat investor, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini tercermin dari realisasi investasi di sektor ini yang mencapai Rp85,10 triliun pada tahun 2023.
[\(https://www.antaranews.com/berita/3992028/\)](https://www.antaranews.com/berita/3992028/)

Namun, di balik pencapaian tersebut, industri konsumsi ini menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi keberlanjutan dan daya saingnya. Tantangan internal mencakup keterbatasan modal, manajemen yang kurang efektif, belum terpenuhinya standar dan legalitas usaha, serta kemampuan inovasi yang terbatas. Di sisi lain, tantangan eksternal seperti ketidakpastian pasokan bahan baku, fluktuasi permintaan pasar, serta persaingan yang semakin ketat dengan munculnya produk-produk baru menjadi kendala tambahan. Fenomena ini

menimbulkan dinamika dalam nilai perusahaan di industri barang konsumsi, yang sering kali menunjukkan fluktuasi meskipun secara keseluruhan sektor ini mencatatkan pertumbuhan yang signifikan.

(<https://bisnisrakyat.id/detail/artikel/1334>)

Investor dalam melakukan investasi juga harus teliti dalam memilih saham dan harus memperhatikannya. Umumnya investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik, maka dari itu perusahaan akan melakukan bebagai cara untuk memaksimumkan nilai perusahaannya. Untuk mengetahui pemilihan saham yang baik atau tidak, yaitu dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, yang dipahami sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Hal itu menunjukkan seberapa baik perusahaan menjalankan usahanya dan menghasilkan pemasukan lebih banyak daripada pengeluaran. Menurut Yoda et al. (2023) , profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari seluruh sumber daya yang tersedia, seperti penjualan, kas, modal, karyawan, dan fasilitas. Secara keseluruhan, profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan modal yang dimiliki untuk menciptakan laba serta kemampuannya dalam meningkatkan nilai dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan

Dari sudut pandang investor, salah satu indikator utama untuk menilai prospek masa depan adalah pertumbuhan profitabilitasnya. Indikator ini

menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu memberikan keuntungan kepada investor. Profitabilitas yang menurun akan mengakibatkan timbulnya masalah bagi perusahaan, yaitu dapat menjadi ancaman terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini akan berdampak pada kesulitan keuangan perusahaan dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini dapat diukur dengan ROE (*Return on Equity*), dikarenakan ROE mempunyai keterkaitan kuat untuk dihubungkan dengan variabel PBV (*Price to Book Value*).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022), mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun penelitian tersebut tidak didukung oleh Kusumaningrum & Iswara (2022), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen. Kebijakan dividen dipahami sebagai sebuah keputusan perusahaan tentang apakah keuntungan itu akan dibagikan kepada investor atau digunakan lagi untuk pengembangan perusahaannya. Kebijakan dividen merupakan salah satu keputusan penting yang diambil perusahaan dalam mengelola laba yang diperoleh (Ovami & Nasution, 2020). Keputusan ini tidak hanya berdampak pada pemegang saham, tetapi juga memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Menurut Damodaran (2019), kebijakan dividen yang stabil sering kali digunakan perusahaan untuk memberikan sinyal positif kepada investor,

menunjukkan kepercayaan perusahaan terhadap prospek masa depan. Banyak perusahaan memilih untuk menjaga dividen tetap stabil setiap tahun atau menaikkannya sedikit. Hal ini dilakukan karena perusahaan khawatir bahwa jika dividen dipotong, kepercayaan investor bisa menurun. Itulah sebabnya kebijakan dividen sering disebut sulit untuk diubah.

Namun, kebijakan dividen yang stabil juga memiliki manfaat. Dividen sering digunakan sebagai sinyal positif oleh perusahaan untuk menunjukkan keyakinan mereka terhadap masa depan bisnis. Misalnya, perusahaan yang menaikkan dividen sering dianggap memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Tapi, jika kebijakan dividen ini tidak dikelola dengan hati-hati, dampaknya justru bisa menurunkan nilai perusahaan. Karena itu, penting untuk memahami bagaimana kebijakan dividen memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono & Mispiyanti (2020), mengatakan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, kebijakan dividen yang baik pada perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan yang memengaruhi fenomena yang diteliti. Adapun masalah-masalah tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan memperoleh laba sehingga menyebabkan rendahnya nilai perusahaan dan berkurangnya kesejahteraan pemegang saham

2. Beberapa perusahaan memiliki nilai Price to Book Value (PBV) yang rendah, yang dapat mengindikasikan persepsi pasar terhadap prospek perusahaan kurang positif, sehingga memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menarik investasi baru.
3. Adanya perusahaan *consumer goods* menunjukkan fluktuasi dalam tingkat profitabilitas, mengakibatkan kurangnya kepercayaan investor dan penurunan harga saham, sehingga profitabilitas yang rendah dapat menurunkan nilai perusahaan.
4. Profitabilitas perusahaan yang menurun dapat membuat perusahaan kesulitan dalam menutupi biaya operasional, yang pada akhirnya meningkatkan risiko kerugian.
5. Kebijakan dividen sering kali tidak konsisten, menciptakan ketidakpastian bagi investor, sehingga memberikan sinyal negatif kepada pasar dan menurunnya nilai PBV.
6. Terdapat perusahaan yang tidak menerapkan kebijakan dividen dan bahkan tidak membagikan dividen sama sekali, yang menyebabkan turunnya kepercayaan investor terhadap perusahaan.
7. Masa pandemi *Covid-19* mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi, perubahan pola konsumsi, dan gangguan rantai pasokan pada industri konsumsi mengakibatkan kinerja keuangan menurun sehingga mempengaruhi nilai perusahaan .
8. Penurunan rata-rata PBV di sektor *consumer goods* disebabkan oleh fluktuasi kinerja keuangan perusahaan, ketidakstabilan ekonomi makro, dan

persepsi negatif pasar, yang berdampak pada penurunan nilai pasar perusahaan serta berkurangnya daya tarik investor.

9. Faktor-faktor ekonomi makro seperti inflasi, suku bunga yang tinggi dan pertumbuhan ekonomi yg tidak stabil mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mengalami penurunan nilai perusahaan.
10. Kesulitan perusahaan dalam menentukan kebijakan dividen antara membagikan imbal hasil kepada investor atau reinvestasi untuk pertumbuhan perusahaan sehingga menyebabkan potensi konflik dan memengaruhi nilai perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis memberikan batasan penelitian agar tujuan dari pembahasan lebih terarah dengan Profitabilitas (X1), Kebijakan Dividen (X2), dan Nilai Perusahaan (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023
2. Terdapat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023

3. Terdapat pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1 Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman belajar dan kesempatan untuk menerapkan berbagai teori dan ilmu – ilmu yang didapat, sehingga menambah wawasan dan sebagai dasar untuk penelitian-penelitian lebih

lanjut yang akan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan nilai perusahaan

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan yang baik dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan dalam mengevaluasi usaha dan strategi yang sudah dilakukan terutama terkait dengan profitabilitas dan kebijakan deviden. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih bijak dalam merencanakan strategi untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan di masa depan.

2. Bagi pembaca / peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan literatur yang berguna bagi pembaca atau peneliti selanjutnya, serta penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan yang memperluas perspektif dalam meneliti faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.