

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di tahun 2020 Indonesia dan dunia mengalami adanya suatu fenomena baru yang membuat mereka harus memulai sebuah kebiasaan baru yang merubah tatanan hidup manusia dengan begitu cepatnya. Suatu fenomena tersebut bernama pandemi Covid-19 yang telah menjadi tantangan global yang juga dirasakan oleh Indonesia.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia ketika mengalami pandemi covid-19 ini telah menemui berbagai masalah yang mungkin belum pernah mereka alami sebelumnya. Akan tetapi, ada pula yang tetap bertahan dengan melakukan berbagai perubahan di dalam tubuh perusahaannya. Di masa sulit seperti pandemi ini, perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan dengan pendekatan yang berbeda dari sebelumnya dikarenakan baru mengalami hal tersebut. Perusahaan juga harus beradaptasi dengan berbagai kebijakan pemerintah yang mungkin saja berdampak negatif dalam kegiatan operasional perusahaan. Selama masa pandemi, 15 dari 100 perusahaan memutuskan untuk melakukan diversifikasi usaha. Hanya 5% perusahaan yang berani merambah ke sektor baru, menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang enggan mengambil risiko, perusahaan-perusahaan ini juga mengadopsi strategi e-commerce dan pemasaran digital guna meningkatkan penjualan produk mereka (Viana & Arifin, 2020).

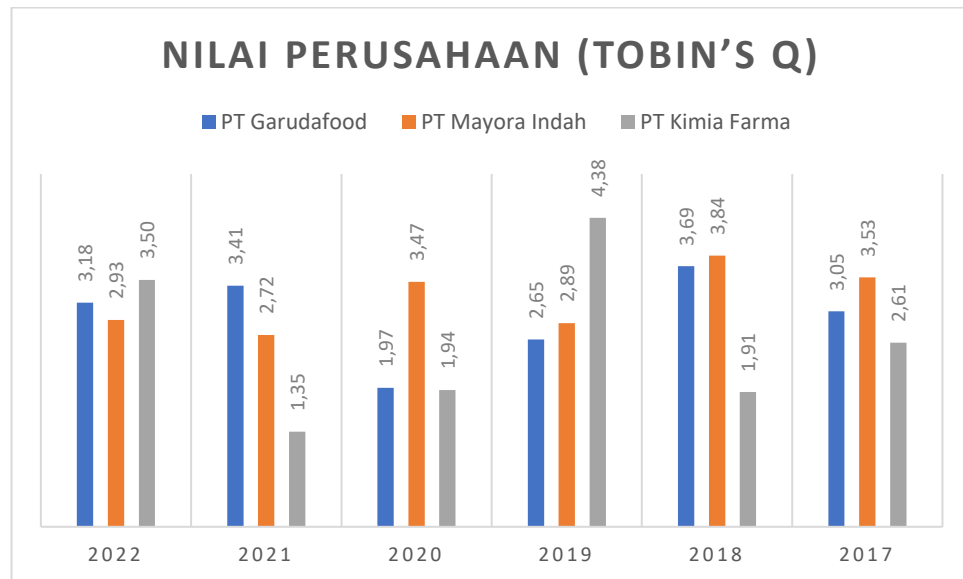
Pemerintah juga diharuskan melakukan sebuah kebijakan dalam menghadapi pandemi seperti ini dikarenakan covid-19 mampu berkembang dan menular dengan cepat di kalangan masyarakat. Beberapa cara yang coba dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menekan angka penularan virus tersebut adalah dengan melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). PSBB dan PPKM memiliki tujuan yang sama yaitu untuk membatasi kegiatan masyarakat, dengan demikian banyak kegiatan operasional perusahaan yang mungkin terganggu dengan adanya kebijakan pemerintah tersebut.

Masyarakat sebagai konsumen di perusahaan juga tidak bisa membeli secara langsung barang-barang yang hanya diperjual belikan di berbagai toko secara langsung. Dengan menyusun skema kebijakan yang efektif untuk mencegah dan mengatasi dampak yang diakibatkan oleh virus corona pada masyarakat, pemerintah dapat dianggap berhasil dalam menjalankan peran sebagai pemerintah yang baik dan menerapkan tata kelola pemerintahan yang ekselen selama era pandemi Covid-19 berlangsung (Tuwu, 2020).

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor dalam adanya perubahan dalam daya beli pada masyarakat. Dari hasil penelitian Cholilawati & Suliyanthini (2021) Dalam konteks situasi pandemi Covid-19, kegiatan pembelian mengalami perubahan menjadi lebih digital dan online. Konsumen cenderung menghindari interaksi fisik untuk mencegah penularan.

Dengan adanya pandemi covid-19 ini perusahaan dihadapkan pada situasi yang mengharuskan mereka berputar otak agar dapat mempertahankan nilai

perusahaan mereka. Pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan akan meningkatkan nilai perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Dengan tingginya nilai perusahaan tersebut akan lebih mudah untuk mengundang para investor untuk dapat menanamkan modal pada perusahaannya agar dapat menunjang dan meningkatkan kegiatan operasional mereka. Kenaikan nilai saham sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan (Supeno, 2022). Harga penutupan saham suatu perusahaan dan jumlah saham yang beredar mencerminkan nilai perusahaan mereka (Firnanda & Oetomo, 2016). Kenaikan harga saham dapat dilihat dari seberapa sehat kinerja keuangan perusahaan. Para investor bisa melihat kinerja keuangan perusahaan dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan secara massal. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana perusahaan mampu untuk menghasilkan laba, bagaimana perusahaan mampu untuk melunasi utang, jangka pendek dan jangka panjang. Hal tersebutlah yang membuat para investor memiliki keyakinan dalam membeli saham suatu perusahaan tersebut yang nantinya akan berpengaruh terhadap kenaikan dari harga saham perusahaan.



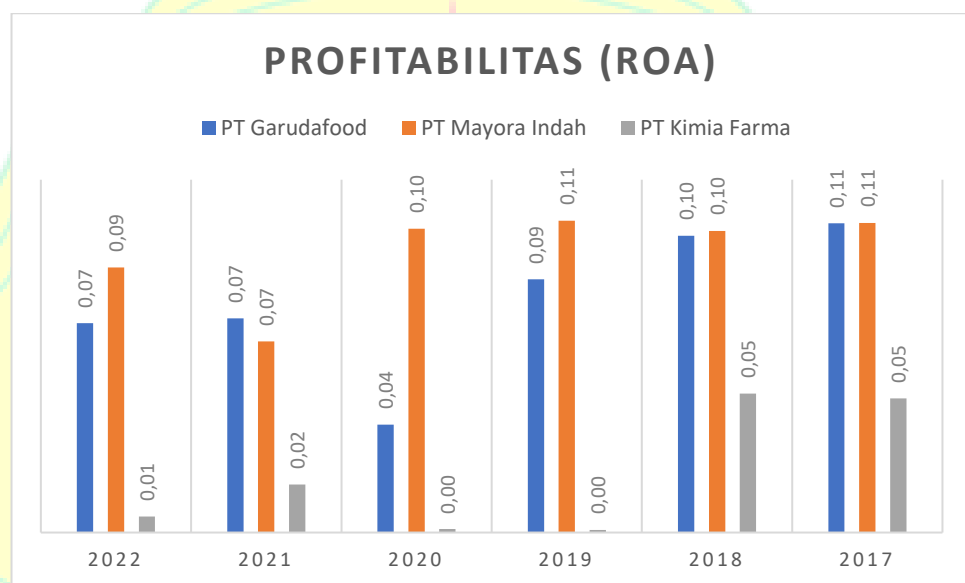
Gambar 1.1 Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berikut adalah tiga perusahaan yang dijadikan sampel untuk pengambilan contoh perusahaan sektor industri barang konsumsi, ketiga perusahaan tersebut mengalami kenaikan dan penurunan dari nilai perusahaan mereka tetapi kecenderungannya mengarah ke arah yang negatif alias mengalami penurunan. Namun angka yang dihasilkan masih dinilai cukup tinggi untuk sebuah nilai perusahaan yang diprosikan dengan *tobin's q* karena masih diatas 1.

Rasio profitabilitas merupakan salah satu metrik penting untuk menilai kesehatan finansial sebuah perusahaan. Menurut Komalasari & Yulazri (2023) Profitabilitas mencerminkan keterampilan suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk meraih keuntungan, serta meningkatkan kepercayaan para pemegang saham. Dari penelitian yang dilakukan Rahmawati & Suprihhadi (2023) rasio profitabilitas memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap nilai suatu perusahaan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa semakin besar rasio profitabilitas suatu perusahaan akan sejalan dengan meningkatnya nilai

perusahaan tersebut. Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lumentut & Mangantar (2019) yang menghasilkan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan tidak sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan.

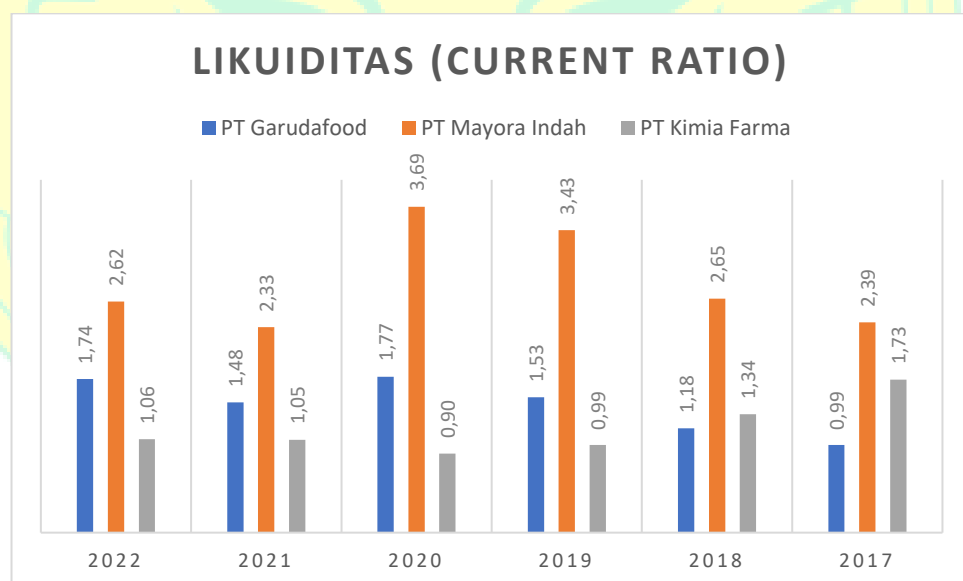


Gambar 1.2 Rasio Profitabilitas Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi
Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Dari ketiga sampel perusahaan tersebut, rasio profitabilitas yang diprosikan dengan *return on asset (roa)* mengalami penurunan di masa covid-19 atau di tahun 2020. Namun perusahaan-perusahaan tersebut mengalami kenaikan di pada pasca covid-19 kecuali PT Kimia Farma yang malah mengalami penurunan.

Selain faktor profitabilitas diatas, terdapat pula faktor lain yang bisa mempengaruhi nilai suatu perusahaan yakni rasio likuiditas. Rasio likuiditas memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola arus kas

masuk dan keluar untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya (Supeno, 2022). Dari penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Suprihadi (2023) menyatakan bahwa temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari rasio likuiditas terhadap perubahan nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa meskipun tingkat rasio likuiditas dari suatu perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaannya, namun memiliki dampak yang tidak signifikan. Berbanding terbalik dengan hasil temuan oleh Luthfiana (2019) yang mengatakan bahwa tingkat rasio likuiditas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi rasio likuiditas perusahaan akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan.



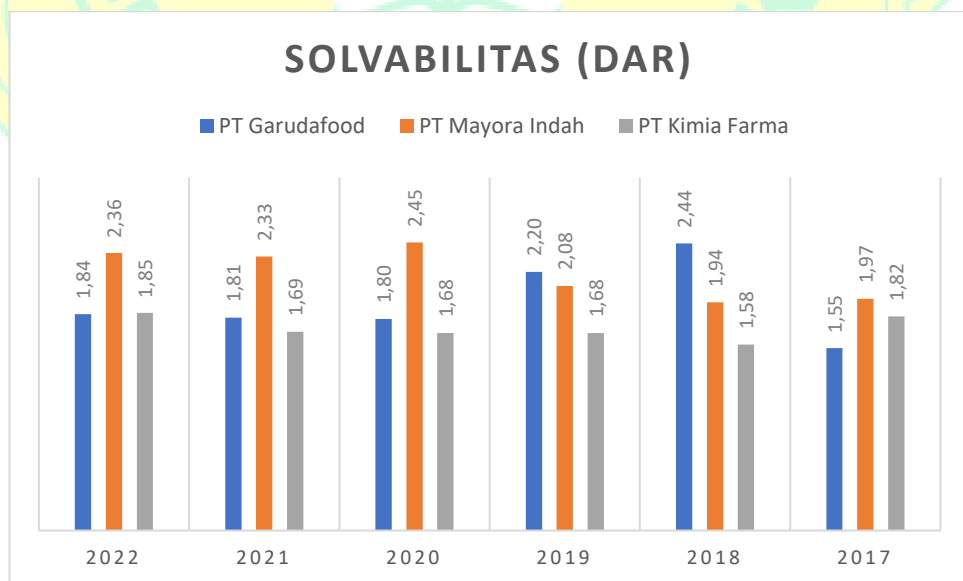
Gambar 1.3 Rasio Likuiditas Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Dari gambar di atas dapat menemukan bahwa rasio likuiditas yang diukur dengan *current ratio*, dari dua perusahaan tersebut terjadi peningkatan di tahun 2020 yang mana terjadi covid-19, hanya PT Kimia Farma yang justru mengalami

penurunan yang juga perlu diperhatikan bahwa rasio likuiditas mereka berada di bawah nilai yang seharusnya.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah rasio solvabilitas. Solvabilitas adalah suatu rasio yang dapat digunakan untuk menilai seberapa besar kegiatan operasional perusahaan yang dibiayai oleh utang (Luthfiana, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlina (2018) mengemukakan bahwa rasio solvabilitas tidak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, tinggi rendahnya rasio solvabilitas tidak akan sejalan dengan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Suprihhadi (2023) yang menyatakan bahwa temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa solvabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tinggi rendahnya rasio solvabilitas akan sejalan dengan tinggi rendahnya nilai perusahaan



Gambar 1.4 Rasio Solvabilitas Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa ketiga perusahaan tersebut memiliki rasio solvabilitas yang diproksikan dengan *debt to asset ratio* (DAR) cenderung stabil, bahwa memang tidak dapat dipungkiri di tahun terjadinya covid-19 atau tahun 2020 memiliki perubahan namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu mengenai nilai perusahaan yang sudah diuraikan di atas. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Atas dasar di atas, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022”. Alasan memilih sektor industri barang konsumsi adalah karena barang yang dihasilkan oleh industri tersebut merupakan barang-barang yang digunakan pada masyarakat di kehidupan sehari-hari dan alasan pemilihan tahun dari penelitian ini adalah karena penulis ingin mengetahui bagaimana sektor industri barang konsumsi ini melewati masa pandemi dengan perbandingan kegiatan mereka sebelum masa pandemi.

1.2 Rumusan masalah

Atas latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimanakah pengaruh tingkat Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi?

2. Bagaimanakah pengaruh tingkat Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi?
3. Bagaimanakah pengaruh tingkat Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.
2. Untuk mengetahui tingkat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.
3. Untuk mengetahui tingkat pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2022 diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini sebagai sumber referensi dan tambahan pengetahuan terkait

dengan penilaian nilai perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup penggunaan rasio-rasio keuangan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan masa pandemi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini perusahaan sektor industri barang konsumsi dapat mengetahui hubungan antara profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan mereka. Sehingga dapat mengambil langkah selanjutnya untuk dapat meningkatkan rasio tersebut guna meningkatkan nilai perusahaan yang optimal bagi mereka

b. Bagi Investor

Diharapkan para investor untuk dapat melakukan investasi yang sesuai dengan nilai perusahaan yang sesuai dan dapat memilih perusahaan untuk diinvestasikan dengan tepat.