

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya era globalisasi membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan disetiap sektor harus melakukan berbagai strategi untuk dapat bersaing. Sektor Barang Konsumen Primer (*Consumer Non-Cyclicals*) merupakan sektor yang memproduksi barang-barang kebutuhan primer untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Sektor barang konsumen primer terdiri dari sub sektor Ritel Barang Primer, Makanan & Minuman, Rokok, dan Produk Rumah Tangga. Pada tahun 2021, konsumsi barang konsumen meningkatkan perekonomian Indonesia sebesar 7,07% yang didukung oleh kenaikan penjualan makanan minuman, tembakau, sandang, dan barang konsumsi lainnya yang tumbuh 11,62% (Ajaib, 2021).

Meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia. Pada tahun 2021, jumlah penduduk di Indonesia mencapai 273 juta jiwa atau mengalami kenaikan 2,5 juta jiwa dibanding tahun 2020 (Kemendagri, 2022). Semakin bertambahnya jumlah penduduk maka jumlah kebutuhan pangan akan semakin meningkat. Sub sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor unggulan dengan kinerja positif di tengah masa pandemi (Kemenperin RI, 2021). Hal tersebut dibuktikan dari kontribusi besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) serta realisasi investasi meningkat pada sub sektor makanan dan minuman. Pada Kuartal II 2021, sub sektor makanan dan minuman berkontribusi sebesar 38,42% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan investasi mencapai lebih dari Rp14 triliun (Kemenperin RI, 2021). Pertumbuhan PDB sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021 sebagai berikut.

Tabel 1. Laju Pertumbuhan PDB Sub Sektor Makanan dan Minuman

Pertumbuhan PDB	2017	2018	2019	2020	2021
	9,23%	7,91%	7,78%	1,58%	2,54%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 1, PDB cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2018 penurunan dipicu oleh pelemahan Rupiah terhadap Dollar AS. Terjadinya kenaikan harga minyak dunia yang tembus 75 dollar AS berdampak pada negara-negara pengimpor salah satunya Indonesia yang sudah tidak menjadi bagian dari Organisasi Negara Pengekspor Minyak (Kompas.com, 2018). Pelemahan rupiah tersebut berdampak pada perusahaan makanan dan minuman yang sebagian bahan bakunya masih impor sehingga profit margin yang didapat perusahaan semakin berkurang (Republika.co.id, 2018).

Pada tahun 2019, pertumbuhan PDB sub sektor makanan dan minuman masih mengalami penurunan yang didasari oleh rendahnya daya beli konsumsi masyarakat kelas menengah bawah (Kemenperin RI, 2020). Menurut hasil survei Bank Indonesia menyatakan bahwa masyarakat mengurangi pengeluaran pendapatan mereka untuk belanja seiring dengan kenaikan ekspektasi harga dan mengalokasikan dana ke biaya pendidikan (Kontan.co.id, 2019).

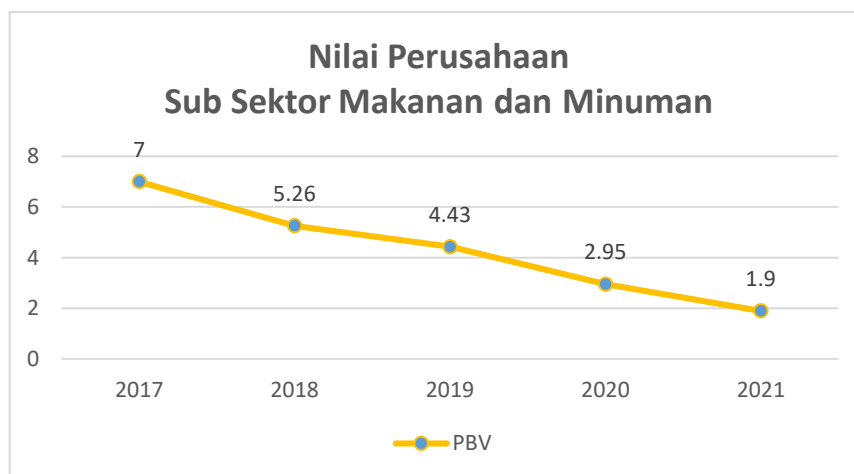
Pada tahun 2020, pertumbuhan PDB sub sektor makanan dan minuman mengalami penurunan yang signifikan akibat munculnya pandemi Covid-19. Munculnya pandemi Covid-19 membuat konsumsi rumah tangga menurun -2,84% (CNN Indonesia, 2020). Penurunan konsumsi tersebut akibat terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) saat pandemi Covid-19 sehingga pendapatan masyarakat pun menurun (Kompas.com, 2020). Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi), Adhi S Lukman menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan industri makanan dan minuman sebelum pandemi mampu tumbuh 7% namun saat pandemi Covid-19 pertumbuhan penjualan makanan dan minuman hanya 4-5% (CNN Indonesia, 2020). Ditutupnya toko, ritel, dan pasar saat pandemi Covid-19 membuat distribusi penjualan industri makanan dan minuman menjadi terhambat sehingga mengakibatkan penurunan penjualan (Okefinance, 2020).

Pada tahun 2021, pertumbuhan sub sektor makanan dan minuman mengalami peningkatan dari tahun 2020. Peningkatan tersebut didukung oleh adanya kelonggaran kebijakan PPKM. Namun, pertumbuhan tersebut masih tergolong melambat karena belum mampu mencapai angka 7% seperti sebelum pandemi (IDXChannel, 2021).

Kinerja perusahaan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor. Investasi lebih mungkin dilakukan di perusahaan yang memiliki sejarah kesuksesan. Menerapkan rencana bisnis sangat penting untuk memastikan peningkatan yang stabil dan berkelanjutan dalam kinerja perusahaan. Lebih banyak investor akan tertarik untuk memasukkan uang ke perusahaan yang memiliki sejarah kesuksesan daripada di perusahaan dengan rekam jejak kegagalan. Kinerja perusahaan yang bagus berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah penilaian investor tentang sejauh mana kinerja perusahaan terlihat dari harga saham perusahaan tersebut. Salah satu hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan adalah mempertahankan nilainya yang menjadi indikator untuk menilai apakah perusahaan berjalan dengan baik atau tidak dan apakah dapat menghasilkan keuntungan bagi pemegang sahamnya atau tidak. Nilai sebuah perusahaan dapat memberi tahu investor seberapa efektif perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya. Nilai sebuah perusahaan meningkat seiring dengan harga sahamnya. Akan ada lebih banyak kepercayaan terhadap prospek perusahaan saat ini dan masa depan di kalangan investor. Berikut adalah data nilai perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2018-2021.

Gambar 1. Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman



Sumber: *IDX Yearly Statistics*

Pada Gambar 1 diatas, nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman selama empat tahun cenderung menurun. Tahun 2019, nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar (-0,83%), pada tahun 2020 nilai perusahaan menurun sebesar (-1,48%) dan pada tahun 2021 menurun sebesar (-1,05). Nilai perusahaan naik dan turun seiring dengan kesuksesannya sendiri. Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan (Bita dkk., 2021).

Dalam bisnis, profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan semua modal yang tersedia. Peningkatan profitabilitas merupakan indikator keberhasilan operasi bisnis dan faktor dalam pertumbuhan nilai perusahaan (Riny, 2018). Hasil penelitian Aldi dkk (2020) dan Pratama & Nurhayati (2022) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, bertentangan dengan penelitian Astakoni dkk (2019) dan Febiyanti & Anwar (2022) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas yaitu kesanggupan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendek yang dalam waktu dekat jatuh tempo dengan memakai aset lancar. Tingginya likuiditas mencerminkan perusahaan memiliki kecukupan dana untuk membayar hutang jangka pendeknya yang akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan (Rutin dkk., 2019). Penelitian oleh Indrawaty (2018) dan Parida dkk (2022) mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, bertentangan dengan penelitian Aldi dkk (2020) dan Ilhami (2022) bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yaitu ukuran keseluruhan bisnis yang ditentukan oleh total asetnya. Semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin besar kemungkinan untuk mencapai kinerja keuangan yang konsisten sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hertina dkk., 2019). Penelitian oleh Aldi dkk (2020) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, bertentangan penelitian oleh Ilhami (2022) dan Nofika & Nurhayati (2022) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain ketiga faktor diatas, kebijakan dividen perusahaan sering digunakan sebagai faktor moderasi karena memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen adalah keputusan terkait berapa banyak laba yang akan dialokasikan untuk pemegang saham (investor). Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan membayar lebih banyak dividennya akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian terkait kebijakan dividen yang dipakai sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya.

Penelitian oleh Aldi dkk (2020) dan Ilhami (2022) mengungkapkan bahwa kebijakan dividen memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian oleh Riki (2022) dan Parida dkk (2022) dengan hasil kebijakan dividen tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Indrawaty (2018) dan Ramadhan (2022) mengungkapkan bahwa kebijakan dividen memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian oleh Riki (2022) dan Ilhami (2022) dengan hasil kebijakan dividen tidak memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Safitri (2015) mengungkapkan bahwa kebijakan dividen memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian oleh Aldi dkk (2020) dan Ilhami (2022) dengan hasil kebijakan dividen tidak memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan gap research diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena pada latar belakang yang diuraikan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?
4. Apakah kebijakan dividen memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?
5. Apakah kebijakan dividen memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?
6. Apakah kebijakan dividen memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021?

I.3 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan dividen dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan dividen dalam memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan dividen dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas maka dengan penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut.

1. Aspek Teoritis

Bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini sebagai pengembangan ilmu pengetahuan serta sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian sebagai sumber informasi tentang profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen dalam melakukan evaluasi kerja untuk meningkatkan nilai perusahaan.

- b. Bagi Investor

Hasil dari penelitian sebagai sumber informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan saat ingin berinvestasi pada perusahaan.