

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi secara cepat akan memberikan dampak positif bagi dunia bisnis dan menimbulkan persaingan bisnis. Persaingan bisnis semakin ketat sehingga perusahaan perlu meningkatkan produk yang inovatif untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Keuntungan yang maksimal tidak hanya meningkatkan nilai perusahaan, tetapi juga membawa kesejahteraan bagi perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan, tentunya memengaruhi kesejahteraan para pemiliknya (Kartika et al., 2020). Nilai perusahaan terus meningkat secara berkelanjutan, sehingga berdampak positif terhadap perekonomian dan sektor keuangan.

Nilai perusahaan sering kali tercermin dari harga sahamnya, yang dapat memengaruhi minat investor. Perusahaan dengan nilai tinggi dipandang mampu menawarkan peluang keuntungan yang lebih besar kepada pemegang saham, sehingga menarik lebih banyak investasi. Dalam konteks perekonomian nasional, perusahaan industri memegang peranan penting, terutama perusahaan *consumer non-cyclicals*, yang mempunyai prospek kinerja positif dan memberikan daya tarik tersendiri bagi investor.

Perusahaan industri yang berkualitas biasanya mampu menjaga keseimbangan antara efisiensi operasional dan inovasi, yang menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing. Tingginya nilai perusahaan tidak hanya menunjukkan kemampuan dalam memperoleh keuntungan secara konsisten tetapi juga mencerminkan stabilitas keuangan yang baik. Upaya mengoptimalkan nilai perusahaan diperlukan sebab berhubungan erat dengan tujuan utama perusahaan dalam menciptakan nilai yang optimal bagi para pemegang saham.

Meningkatkan nilai perusahaan bukan sekedar berarti keuntungan bagi pemegang saham, melainkan juga meningkatkan reputasi perusahaan di pasar, sehingga dapat menarik investor dan pelanggan.

Perusahaan yang terus meningkatkan nilai dapat membangun landasan yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis. Nilai perusahaan penting karena mencerminkan keberhasilan dan prospek kedepannya, sehingga meningkatkan nilai perusahaan tidak hanya memberikan kontribusi terhadap kepuasan pemegang saham, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan (Barokah, 2023).

Kinerja perusahaan mempunyai keterkaitan langsung dengan nilai perusahaan. Kinerja yang konsisten menjadi indikator bahwa perusahaan mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Seiring meningkatnya minat dan permintaan terhadap saham, nilai pasar juga akan naik. Sehingga, semakin baik kinerja yang ditampilkan, semakin tinggi apresiasi pasar terhadap nilai perusahaan. Kinerja yang konsisten juga memperkuat kepercayaan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik, maka berpotensi meningkatkan nilai saham serta daya tarik investasi secara keseluruhan.

Pandemi Covid-19 membawa dampak besar bagi industri makanan dan minuman di Indonesia, terutama dalam hal gangguan produksi dan distribusi. Meskipun permintaan domestik tetap tinggi, keterbatasan produksi menyebabkan perlambatan pertumbuhan sektor ini. Di sisi lain, kenaikan suku bunga memberikan sentimen positif bagi investor, yang tetap optimis terhadap potensi industri ini dalam jangka panjang.

Namun, pandemi juga menimbulkan tantangan serius bagi likuiditas dan keberlanjutan bisnis perusahaan di sektor makanan dan minuman. Ketidakstabilan ekonomi selama krisis meningkatkan risiko keuangan, memaksa banyak perusahaan untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka (Sekarini & Febriyanti, 2023). Seiring dengan membaiknya kondisi ekonomi, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, serta meningkatnya mobilitas publik, industri ini mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan.

Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren digitalisasi dan melakukan diversifikasi strategi bisnis diproyeksikan akan memperoleh hasil yang lebih baik dibandingkan dengan yang masih bergantung pada metode konvensional (Sakdiah & Handayani, 2022). Selain itu, peningkatan indeks consumer non-cyclicals di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengindikasikan adanya optimisme pasar terhadap prospek pertumbuhan sektor makanan dan minuman di masa depan.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan mempergunakan *Price to Book Value* (PBV) yang mencerminkan sejauh mana pasar memberikan apresiasi terhadap nilai buku saham perusahaan. PBV mengukur rasio antara harga saham dengan nilai buku perusahaan, sehingga mampu mengetahui harga saham berada pada tingkat yang wajar atau tidak (Syahputra & Idawati, 2024).

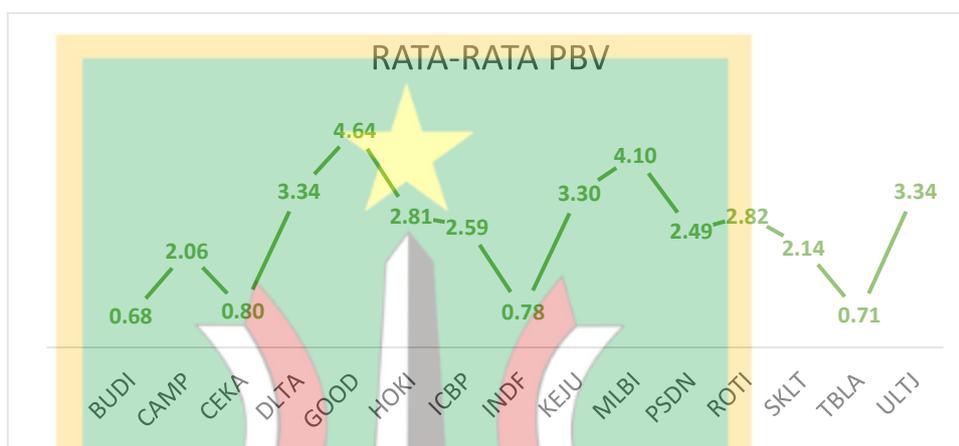
Berikut tabel 1.1 yang menampilkan data PBV dari 15 perusahaan sampel penelitian ini:

Tabel 1 1 Perkembangan Nilai PBV
Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Sektor Makanan dan Minuman yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023

No	Kode Saham	PBV				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	BUDI	0,37	0,35	0,60	0,67	0,79
2	CAMP	2,34	1,87	1,67	1,91	2,48
3	CEKA	0,89	0,86	0,81	0,75	0,67
4	DLTA	4,35	3,32	2,97	3,02	3,02
5	GOOD	4,03	3,08	6,45	5,56	4,06
6	HOKI	3,47	3,93	2,63	1,48	2,53
7	ICBP	4,91	2,16	1,85	2,06	1,99
8	INDF	1,28	0,76	0,65	0,64	0,56
9	KEJU	3,24	4,71	3,03	2,95	2,58
10	MLBI	5,32	3,76	3,82	4,16	3,43
11	PSDN	1,28	1,56	4,58	3,06	1,96
12	ROTI	2,60	2,55	2,87	3,10	2,97
13	SKLT	0,29	2,66	3,09	2,28	2,38
14	TBLA	0,99	0,84	0,65	0,54	0,51
15	ULTJ	3,48	4,01	3,52	2,93	3,76

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan perkembangan yang beragam selama 2019-2023. Beberapa perusahaan terlihat peningkatan nilai PBV setiap tahun, menggambarkan pertumbuhan positif dalam nilai perusahaan. Namun, ada juga perusahaan yang mengalami penurunan atau fluktuasi akibat berbagai faktor, seperti perubahan kondisi pasar. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa nilai PBV dari perusahaan tersebut mengalami sejumlah perubahan selama periode yang diteliti.



Sumber: Data diolah penulis (2024)

Gambar 1 1 Rata-rata Nilai PBV

Pada grafik di atas, Perusahaan GOOD mempunyai nilai rata-rata PBV tertinggi, sebesar 4,64. Perihal tersebut menunjukkan bahwa harga pasar saham jauh melebihi nilai bukunya. Tingginya nilai PBV ini mencerminkan ekspektasi pasar yang positif terhadap potensi pertumbuhan atau kinerja perusahaan di masa mendatang. Sementara itu, Perusahaan MLBI mempunyai nilai PBV sebesar 4,10, yang meskipun lebih rendah dari Perusahaan GOOD. Ketika harga saham berada di bawah nilai buku, hal ini dapat menunjukkan adanya kendala dalam perusahaan, seperti ketidakpastian terhadap prospek bisnis atau kurang efektifnya pengelolaan aset dan keuangan (Nurwulandari et al., 2022). Namun, perlu diingat bahwa nilai PBV yang terlalu tinggi juga berpotensi membawa risiko yang memerlukan analisis lebih mendalam untuk memastikan kesesuaiannya dengan nilai fundamental perusahaan.

Secara umum, nilai PBV yang tinggi menunjukkan kepercayaan pasar pada kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta potensi pertumbuhan jangka panjang. Hal ini juga mencerminkan pandangan positif investor terhadap efektivitas manajemen dalam mengelola aset, yang memberikan keyakinan akan stabilitas dan keberlanjutan keuntungan di masa mendatang. Nilai perusahaan tergantung beberapa faktor, diantaranya adalah Komisaris Independen yang berfungsi sebagai pengawas penting, di mana semakin banyak anggota yang independen menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pengawasan yang efektif.

Keberadaan Komisaris Independen yang cukup banyak menunjukkan bahwa perusahaan berupaya keras dalam menjalankan fungsi pengawasan dan koordinasi. Dengan pengawasan yang baik, diharapkan manajemen dapat beroperasi lebih efisien dan meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Hal ini menciptakan sinergi yang positif antara pengawasan dan kinerja manajerial, yang sangat penting bagi keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Dari penelitian (Kartika et al., 2020) menunjukkan bahwa Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara penelitian (I. Rahmawati, 2021) juga menunjukkan bahwa Komisaris Independen terdapat pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Faktor kedua yaitu Kepemilikan Manajerial merupakan strategi efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memberi peluang untuk manajer agar mempunyai saham perusahaan, mereka diharapkan dapat berbagi kepentingan yang sama dengan para pemegang saham. Perihal tersebut mampu mendorong manajer agar bekerja lebih keras untuk mengoptimalkan kinerja, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham.

Kepemilikan manajerial juga berperan dalam mengurangi biaya agensi, berdasarkan perspektif teori keagenan. Dengan kepemilikan saham ditangan manajer, terdapat keselarasan antara kepentingan manajer dan pemegang saham, sehingga mendorong kolaborasi yang lebih baik dan mengurangi potensi konflik. Dengan demikian, kepemilikan manajerial tidak hanya meningkatkan motivasi kinerja tetapi juga membantu menciptakan hubungan yang lebih harmonis dalam perusahaan.

Dari penelitian (Rivandi, 2018) menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara menurut penelitian (Fana & Prena, 2021) juga menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif pada Nilai Perusahaan.

Faktor ketiga adalah Kebijakan Dividen yang juga memengaruhi nilai perusahaan, terutama bagi para investor. Kebijakan ini terkait cara perusahaan membagi keuntungan yang dihasilkan kepada pemegang saham berbentuk dividen. Keputusan terkait pembagian dividen tidak hanya soal memberikan laba kepada investor, tetapi juga melibatkan pertimbangan mengenai peluang dan kebutuhan perusahaan ke depan.

Kebijakan dividen diukur dengan rasio pembayaran dividen adalah ukuran yang menentukan seberapa besar laba bersih yang akan diberikan berbentuk dividen tunai serta besarnya laba ditahan sebagai modal untuk pengembangan bisnis lebih lanjut. Rasio ini merepresentasikan persentase laba berbentuk dividen tunai.

Dari penelitian (Akbar & Fahmi, 2020) menunjukkan bahwa Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara menurut penelitian (Ovami & Nasution, 2020) juga menunjukkan bahwa Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Faktor keempat yakni Ukuran Perusahaan juga memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diukur menggunakan variabel *Firm Size* yang berasal dari total aset perusahaan. Total aset merupakan indikator penting sebab mencerminkan ukuran perusahaan dan kemampuan pengelolaan sumber daya. Perusahaan dengan aset yang lebih besar mampu mengakses lebih luas pada berbagai sumber pembiayaan, baik melalui pasar modal maupun kreditor, yang dapat dipergunakan untuk memfasilitasi ekspansi dan mencapai tujuan perusahaan.

Selain itu, perusahaan besar dianggap lebih baik dalam mengelola risiko keuangan dan oleh karena itu biasanya dipandang lebih stabil oleh investor dan pemberi pinjaman. Namun, selain mendapat kepercayaan yang lebih besar dari kreditor, perusahaan besar seringkali juga menanggung beban utang yang lebih besar. Perusahaan besar dinilai mempunyai kemampuan lebih tinggi dalam membayar utangnya. Meskipun hal ini memberikan fleksibilitas keuangan, peningkatan utang juga dapat memengaruhi struktur modal perusahaan dan, jika tidak dikelola dengan hati-hati, dapat meningkatkan risiko keuangan.

Dari penelitian (Loekito & Setiawati, 2021) menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh pada Nilai Perusahaan. Sementara penelitian (Anggita & Andayani, 2022) juga menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan hasil-hasil dari penelitian terdahulu, penulis tertarik melaksanakan penelitian berjudul **“Pengaruh Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas yang menjelaskan latar belakang masalah, masalah dari penelitian ini yakni:

1. Apakah Komisaris Independen memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Apakah Kepemilikan Manajerial memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Apakah Kebijakan Dividen memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
4. Apakah Ukuran Perusahaan memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Komisaris Independen memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis Kepemilikan Manajerial memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis Kebijakan Dividen memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis Ukuran Perusahaan memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan berdampak positif untuk beberapa pihak yang akan memanfaatkan penelitian ini yakni:

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat melengkapi literatur sebelumnya serta menjadi acuan saat mengambil keputusan yang bertujuan agar mengoptimalkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga mampu menambah wawasan yang lebih mendalam untuk pembaca.
- b. Bagi Akademik, penelitian ini dapat membantu pembaca dalam memahami secara mendalam mengenai bagaimana komisaris independen, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan mampu memberi pemahaman secara jelas terkait hubungan antar variabel tersebut.