

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami perubahan yang cukup rumit, terutama pada sektor *consumer cyclicals* yang sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi secara keseluruhan. Menurut klasifikasi Bursa Efek Indonesia (2025), sektor *consumer cyclicals* terdiri dari tujuh sub sektor, salah satunya adalah sub sektor *retailing* karena memiliki peran penting yang langsung terkait dengan kebiasaan belanja masyarakat dan pertumbuhan ekonomi negara. Sub sektor *retailing* menunjukkan kemampuan masyarakat dalam berbelanja, karena aktivitasnya berkaitan erat dengan pola pengeluaran rumah tangga yang merupakan bagian terbesar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Aktivitas ritel tidak hanya bertugas mendistribusikan barang dan jasa, tetapi juga mencerminkan kemampuan masyarakat dalam membeli yang menunjukkan tingkat konsumsi dan aktivitas ekonomi. Sebagai bagian dari sektor *consumer cyclicals*, perusahaan *retailing* memiliki sifat siklus, dimana permintaan terhadap produk dan layanannya cenderung naik ketika ekonomi tumbuh dan turun ketika ekonomi melambat, sehingga perubahan kemampuan belanja masyarakat secara langsung mempengaruhi kinerja penjualan ritel dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Hasibuan et al., 2025).

Pasar modal juga memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi dan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap prospek usaha di Indonesia. Melalui pasar modal, perusahaan bisa mendapatkan dana jangka panjang untuk memperkuat keuangan serta mendorong pertumbuhan bisnis. Sementara itu, investor menggunakan pergerakan harga saham untuk menilai kinerja dan potensi perusahaan. Sub sektor *retailing* menjadi salah satu sektor yang menarik perhatian investor karena kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan dinamika konsumsi masyarakat. Namun adanya perubahan gaya belanja konsumen, perkembangan teknologi, dan persaingan bisnis yang semakin ketat telah menciptakan tantangan baru bagi perusahaan *retailing*. Perusahaan yang dulu mampu menaikkan penjualan secara konsisten kini harus menghadapi tekanan

terhadap pendapatan dan *profitabilitas* karena perubahan perilaku konsumen serta ketidakpastian ekonomi. Kondisi ini dapat mempengaruhi pendapat investor terhadap nilai perusahaan di pasar modal (Purnamasari, 2025).

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama yang digunakan oleh investor untuk menilai tingkat keberhasilan dan kinerja suatu entitas bisnis. Nilai ini tercermin melalui harga saham, dimana peningkatan harga saham mencerminkan tingginya penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut, yang pada dasarnya merupakan bentuk apresiasi investor terhadap kinerja, prospek, serta potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Sebaliknya, harga saham yang rendah menunjukkan persepsi pasar yang kurang positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, tingginya nilai perusahaan menjadi cerminan dari kemampuan manajemen dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

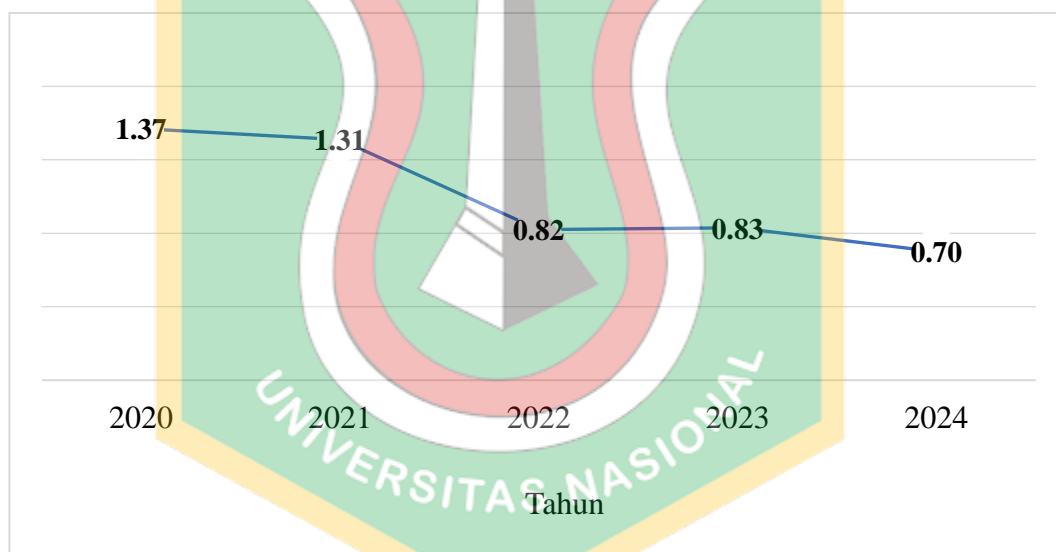
Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) merupakan gambaran sejauh mana pasar menilai harga saham suatu perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi nilai PBV, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, yang berarti nilai perusahaan tersebut semakin tinggi. Sebaliknya, nilai PBV yang rendah menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang relatif rendah terhadap perusahaan, yang dapat mengindikasikan rendahnya kinerja keuangan, prospek pertumbuhan, atau tingkat kepercayaan investor (Dharma et al., 2023).

Nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan sub sektor retailing di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024 mengalami perubahan secara signifikan, mencerminkan bagaimana kinerja sub sektor tersebut dan respons pasar berubah mengikuti kondisi ekonomi. Dapat dilihat pada tabel 1.1 data *Price Book Value* (PBV) yang diperoleh dari 7 perusahaan sub sektor retailing yang secara konsisten menyajikan laporan keuangan selama periode 2020-2024, terlihat adanya penurunan nilai perusahaan pada beberapa emiten, yang menunjukkan penurunan keyakinan investor terhadap nilai perusahaan pada sub sektor retailing di pasar modal.

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan (PBV) Sub Sektor Retailing

No	Kode	Nama Perusahaan	Nilai PBV				
			2020	2021	2022	2023	2024
1.	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	5.65	4.00	1.44	2.01	2.09
2.	CSAP	Catur Sentosa Adiprana Tbk	0.83	0.96	1.46	0.98	0.75
3.	ECII	Elektronik City Indonesia Tbk	0.70	0.92	0.54	0.33	0.29
4.	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk	0.48	0.27	0.25	0.36	0.23
5.	MPMX	Mitra Pinasthika Mustika Tbk	0.35	0.82	0.81	0.77	0.71
6.	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk	1.48	1.29	1.08	1.02	0.73
7.	YELO	Yelooo Integra Datanet Tbk	0.08	0.89	0.18	0.33	0.11
Rata-Rata			1.37	1.31	0.82	0.83	0.70

Sumber: www.idx.co.id



Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 1.1
Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sub Sektor Retailing di BEI Periode 2020-2024

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata *Price Book Value* (PBV) pada 7 perusahaan sub sektor retailing di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024 menunjukkan adanya pergerakan yang tidak stabil atau mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun **2020**, nilai rata-rata PBV tercatat sebesar 1,37 dan masih

diatas angka 1 yang menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi *overvalued*, artinya harga saham lebih tinggi dibandingkan nilai buku perusahaan. Di tahun **2021**, nilai rata-rata PBV mengalami penurunan menjadi 1,3, tetapi masih menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang relatif tinggi terhadap perusahaan. Selanjutnya, perubahan terjadi pada tahun **2022**, dimana nilai rata-rata PBV mengalami penurunan menjadi 0,82 dan di tahun **2023** mengalami sedikit kenaikan menjadi 0,83. Nilai tersebut berada dibawah angka 1 yang menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi *undervalued*, yang artinya harga saham lebih rendah dari nilai bukunya. Pada tahun **2024**, nilai rata-rata PBV kembali turun menjadi 0,70 yang menunjukkan pasar belum memperlihatkan pemulihan yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, sehingga perusahaan tetap berada dalam kategori *undervalued*. Berdasarkan data tabel dan grafik rata-rata nilai perusahaan (PBV) menunjukkan bahwa 7 perusahaan sub sektor retailing periode 2020-2024 mengalami tren penurunan penilaian pasar terhadap perusahaan, yang dimana pada tahun 2020 dan 2021 perusahaan masih berada dalam kondisi *overvalued*, namun sejak tahun 2022 hingga 2024 perusahaan berada dalam kondisi *undervalued*. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan, risiko usaha, dan prospek pertumbuhan dinilai kurang menarik bagi investor, sehingga mempengaruhi penurunan nilai perusahaan di pasar modal.

Salah satu faktor utama yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajibannya melalui penggunaan modal sendiri. Apabila nilai DER rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam melunasi kewajibannya, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan berada dalam kondisi yang baik. Sebaliknya, nilai DER yang tinggi mencerminkan tingkat risiko yang lebih besar bagi perusahaan, karena menunjukkan adanya kemungkinan perusahaan kesulitan dalam memenuhi seluruh kewajibannya (Udajali et al., 2021). DER yang rendah menandakan bahwa perusahaan lebih mengandalkan modal sendiri dibandingkan dengan pendanaan melalui utang. Sementara itu, semakin tinggi DER menunjukkan bahwa struktur permodalan perusahaan lebih banyak dibiayai oleh utang daripada ekuitas. Meskipun demikian, perusahaan dengan tingkat utang yang rendah masih memiliki

nilai perusahaan yang tinggi apabila nilai pasar ekuitas yang dimilikinya besar (Anisa et., al 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Silvia et al. (2025) diketahui bahwa DER tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya tidak adanya hubungan antara pendanaan dan investasi, yaitu ketika menggunakan utang atau tidak menggunakan utang dalam mendanai investasi perusahaan tidak berpengaruh pada perubahan nilai perusahaan. Namun, penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siddik et al. (2025) menunjukkan bahwa DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya struktur modal yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik, sehingga dapat mendorong investor untuk meningkatkan permintaan terhadap saham tersebut yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian oleh Ruswinda et al. (2025) yang menyatakan DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya perusahaan yang mampu mengelola utang secara efektif dapat tumbuh cepat namun tetap mengendalikan risiko, sehingga membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi, yang pada akhirnya bisa meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Return On Assets* (ROA). ROA mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efisien. Dengan kata lain, ROA menunjukkan seberapa optimal perusahaan memanfaatkan total asetnya untuk menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan, karena hal tersebut menandakan bahwa aset yang dimiliki dapat digunakan secara produktif untuk menciptakan profit. Sebaliknya, ROA yang rendah menunjukkan aset perusahaan belum dikelola secara efektif dalam menghasilkan pendapatan (Mujino et al., 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rayhanis et al. (2025) menunjukkan ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki belum tentu berimplikasi langsung terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulisti & Safii (2025) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, yang artinya semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya, maka semakin tinggi nilai perusahaan dimata investor. Kondisi ini mencerminkan bahwa efektivitas pengelolaan aset yang baik akan meningkatkan kepercayaan pasar, sehingga mendorong kenaikan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian tersebut sejalan dengan Merciana & Aspyan (2022) yang menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adapun faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Sales Growth* (SG). Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) merupakan indikator penting yang menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan pendapatannya dari hasil penjualan barang maupun jasa dalam suatu periode tertentu. Peningkatan penjualan menunjukkan adanya pertumbuhan aktivitas operasional yang sehat dan efisien, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap peningkatan laba perusahaan (Arum et al., 2023). Menurut penelitian yang dilakukan Wulandari et al. (2021) menyatakan bahwa *Sales Growth* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti peningkatan penjualan belum tentu menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena investor justru lebih fokus pada kebijakan pembagian dividen atau faktor-faktor keuangan lainnya dibandingkan pertumbuhan penjualan. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Maharani et al. (2024) diketahui bahwa pertumbuhan penjualan yang diukur melalui rasio *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *sales growth*, maka akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Sinyal positif ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Adelyya & Putri (2023) menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan, artinya kecepatan pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan peningkatan pendapatan perusahaan. Peningkatan pendapatan ini akan meningkatkan pembayaran dividen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, *sales growth* yang meningkatkan dapat menyebabkan kenaikan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan, maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return On Assets* (ROA), Dan *Sales Growth* (SG) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Retailing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan adanya perubahan nilai perusahaan dari tahun ke tahun serta perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai mengenai *Debt to Equity Ratio*, *Return On Assets*, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024?
2. Apakah *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024?
3. Apakah *Sales Growth* (SG) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara empiris:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan-perusahaan di Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Assets* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan-perusahaan di Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan-perusahaan di Sub Sektor Retailing di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi investor sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan memahami pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return On Assets*, dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan, investor dapat menilai sejauh mana kondisi keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Informasi ini membantu investor dalam menilai tingkat risiko, potensi keuntungan, serta menentukan strategi investasi yang tepat di pasar modal.

b. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengukur efektivitas kebijakan keuangan yang dijalankan. Nilai perusahaan akan membantu manajemen dalam mengelola struktur modal, efisiensi aset, dan strategi penjualan agar dapat meningkatkan kepercayaan investor serta memperkuat posisi perusahaan di pasar

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dan investasi. Hasil ini penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan bagi akademisi dan peneliti lain yang ingin melakukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.