

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Emiten sektor manufaktur sering menjadi daya tarik bagi investor karena sektor ini mencakup industri yang mendukung kebutuhan sehari-hari dan memiliki potensi pertumbuhan yang stabil. Pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat bergantung pada kontribusi sektor industri pengolahan, yang memberikan sumbangan sejumlah 18,67 persen kepada Produk Domestik Bruto (Badan Pusat Statistik, 2024)



Gambar 1. 1 Indeks Produksi Industri Pengolahan 2021-2023

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Sektor manufaktur mengalami kenaikan PDB sebesar 4,64% pada tahun 2024 sebagai hasil dari pertumbuhan indeks produksi industri manufaktur sebesar 2,41% ditahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2024) (Badan Pusat Statistik, 2024). Pertumbuhan subsektor yang memberikan kontribusi besar terhadap sektor manufaktur yakni, salah satunya industri makanan yang menjadi pendorong utama kenaikan 2,41% dalam indeks produksi industri manufaktur pada tahun 2023. Solidnya kinerja sektor manufaktur ini juga tergambar dalam *Purchasing Managers' Index* (PMI)

yang konsisten berada di atas level 50 sepanjang tahun, menandakan fase ekspansi (Bank Indonesia, 2024)

Investasi adalah faktor utama dalam ekspansi sektor manufaktur. Industri ini muncul sebagai destinasi utama untuk investasi pada tahun 2023, mencakup 42% atau Rp596,3 triliun dari semua investasi nasional, (Kementrian Investasi / BPKM, 2023). Selain itu, dibandingkan dengan tahun sebelumnya, Kementerian Investasi mencatat kenaikan investasi sebesar 19,8% di sektor manufaktur. Meskipun ada kenaikan investasi, data terbaru menunjukkan tren penurunan dalam kinerja produksi sektor ini, yang menunjukkan adanya masalah yang perlu mendapatkan perhatian.

Tabel 1. 1 Pola Konsumsi dan Pengeluaran Rumah Tangga 2020 - 2023

Uraian	Tahun			
	2020	2021	2022	2023
Rata-rata pengeluaran Per Kapita Per Bulan (Rp.)	1.958.841	2.082.375	2.078.106	2.476.783
Persentase Pengeluaran Rumah Tangga (Persen)				
a. Makanan	42,14	41,59	40,73	39,91
b. Non Makanan	57,86	58,41	59,27	60,09

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Dalam periode 2020 hingga 2023, rata-rata belanja rumah tangga per individu setiap bulannya di Indonesia mengalami kenaikan, dari Rp1.958.841 tahun 2020 menjadi Rp2.476.783 tahun 2023. Hal tersebut mencerminkan peningkatan kemampuan konsumsi masyarakat seiring dengan perkembangan perekonomian. Selain itu, terdapat perubahan pola konsumsi, di mana proporsi pengeluaran untuk makanan menurun dari 42,14% menjadi 39,91%, sementara proporsi pengeluaran untuk non-makanan meningkat dari 57,86% menjadi 60,09%. Pergeseran ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai lebih banyak mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan non-makanan, seperti pendidikan, kesehatan, atau kebutuhan lainnya, yang mengindikasikan peningkatan kesejahteraan dan standar hidup.

Terjadi fenomena di mana tren pengeluaran untuk makanan mengalami penurunan yang signifikan, disertai dengan penurunan indeks industri pengolahan. Kondisi ini mencerminkan penurunan daya beli masyarakat dan melemahnya aktivitas sektor manufaktur, khususnya industri pengolahan makanan. Penurunan ini dapat memengaruhi pendapatan perusahaan secara langsung karena berkurangnya permintaan pasar, yang pada akhirnya berdampak pada laba perusahaan. Dengan profit yang tergerus, kapasitas emiten untuk mempertahankan kinerja keuangan yang stabil menjadi terganggu, sehingga ekspektasi pertumbuhan ke depan menurun. Dalam jangka panjang, dapat menurunkan nilai perusahaan di pandangan pemodal karena risiko finansial yang meningkat dan prospek pertumbuhan yang melemah. Jika situasi ini tidak ditangani dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat kehilangan daya saing dan kepercayaan pasar, memperburuk kondisi keuangan secara keseluruhan.

Oleh karena itu penting untuk dilakukan pemantauan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals*. Nilai perusahaan ialah indikator parameter krusial bagi para *stakeholder*, khususnya pemodal, dalam mengkaji capaian kinerja dan peluang pertumbuhan emiten. Harmono (2009), harga saham perusahaan adalah cerminan dari kinerjanya, yang pada gilirannya menentukan nilai perusahaan. Sistem interaksi penawaran serta permintaan di bursa saham menentukan harga saham, yang menggambarkan bagaimana pandangan umum pada performa emiten tersebut. Pertumbuhan nilai perusahaan, yang dilihat sebagai tanda keberhasilannya, dapat menarik investor untuk menginvestasikan uang ke dalam bisnis. Nilai ini sering kali terkait dengan perubahan harga saham.

Karena kegiatan suatu perusahaan bergantung pada sumber pendanaan yang diperolehnya, struktur modalnya adalah salah satu elemen yang berkontribusi bagi nilai perusahaan. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, struktur modal merujuk pada bagaimana perusahaan membiayai proyek-proyeknya menggunakan campuran pinjaman dan ekuitas (Fabozzi & Peterson, 2003).

Parameter lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah profitabilitas. Savitri *et al.* (2021) menyatakan bahwa profitabilitas didefinisikan sebagai kapasitas suatu entitas untuk memperoleh keuntungan dengan mengoptimalkan aset yang dimilikinya. Profitabilitas menyumbang kontribusi baik bagi nilai perusahaan, karena tingginya profitabilitas, potensi peningkatan nilai perusahaan menjadi lebih besar (Silaban & Siagian, 2020).

Selain itu, salah satu elemen yang berkontribusi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Angka penjualan yang tercatat oleh emiten memiliki korelasi langsung dengan profitnya (Insan & Purnama, 2021). Salah satu elemen kunci yang diperhitungkan manajemen saat menilai nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan yang besar dan stabil, yang dapat berkontribusi baik pada profitabilitas bisnis.

Penelitian tentang bagaimana struktur modal, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan menghasilkan berbagai temuan. Temuan dari studi yang dilaksanakan oleh Veronica & Viriany (2020) dan Rachmadevi *et al.* (2023) struktur modal mempunyai dampak positif. Menurut penelitian Hadiwibowo & Sufina (2022), rasio utang terhadap ekuitas, atau struktur modal, mempunyai dampak negatif. Studi oleh Sinaga & Hermie (2023), yang menghasilkan bahwasanya struktur modal tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, menghasilkan temuan berbeda.

Menurut studi profitabilitas Anggraini & Agustiningsih (2022), profitabilitas mempunyai kontribusi menguntungkan pada nilai perusahaan. Menurut temuan studi Rachmadevi *et al.* (2023), profitabilitas memiliki kontribusi negatif untuk nilai perusahaan. Menurut penelitian Veronica & Viriany (2020), nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh profitabilitas.

Temuan dari studi Elisa & Amanah (2021) tentang pertumbuhan penjualan menjelaskan bahwasanya pertumbuhan penjualan menyumbang kontribusi yang positif dan signifikan untuk nilai perusahaan. Hadiwibowo & Sufina (2022) menghasilkan temuan yang berbeda, yang menjelaskan

bahwasannya nilai sebuah perusahaan tidak terpengaruh oleh ekspansinya (pertumbuhan penjualan).

Hasil studi ukuran perusahaan menurut Sinaga & Hermie (2023), Hadiwibowo & Sufina (2022), Elisa & Amanah (2021) menyatakan bahwasanya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil studi Rachmadevi *et al.* (2023) menyatakan bahwasanya ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda didapatkan dari Anggraini & Agustiningsih (2022) dan Veronica & Viriany (2020) menjelaskan bahwasanya ukuran perusahaan tidak memberikan efek pada nilai perusahaan.

Menurut temuan tentang ukuran perusahaan, ukuran perusahaan secara signifikan memperkuat nilai perusahaan Sinaga & Hermie (2023), Hadiwibowo & Sufina (2022), Elisa & Amanah (2021). Namun, penelitian oleh Rachmadevi *et al.* (2023) menghasilkan bahwasanya ukuran sebuah perusahaan mempunyai dampak negatif pada nilai perusahaan. Anggraini & Agustiningsih (2022) dan Veronica & Viriany (2020) mencapai kesimpulan yang berbeda, menjelaskan bahwasanya ukuran sebuah perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Menurut sejumlah studi sudah dibahas, struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan semuanya berdampak pada nilai perusahaan. Namun, beberapa studi juga mengklaim bahwa keempat faktor ini tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Disamping itu, mengingat tantangan yang dihadapi dan minat kuat para investor di sektor manufaktur, penulis bersemangat untuk melakukan studi yang berjudul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023.

Studi ini penting karena menyajikan temuan terbaru tentang dampak struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan data dari 2018–2023. Untuk lebih mempengaruhi tingkat akurasi temuan dari variabel

independen, studi ini juga mencakup variabel kontrol, yang masih jarang disebutkan dalam judul penelitian.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian berikut berlandaskan latar belakang yang disebutkan di atas.

1. Apakah nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI dipengaruhi oleh struktur modal?
2. Apakah nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI dipengaruhi oleh profitabilitas?
3. Apakah nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berlandaskan pertanyaan penelitian yang sudah disebutkan diatas.

1. Mengkaji pengaruh struktur modal pada nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI.
2. Mengkaji pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI
3. Mengkaji pengaruh pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Literatur pengetahuan dalam ranah manajemen keuangan, khususnya yang menyoroti keterkaitan dengan judul yang diangkat, diperluas melalui studi ini. Di samping itu, temuannya diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang hendak mengembangkan kajian sejenis dengan pendekatan maupun variabel tambahan yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan manufaktur dalam memahami pentingnya pengelolaan struktur modal yang optimal, peningkatan profitabilitas, serta upaya mendorong pertumbuhan penjualan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dalam menilai kinerja dan potensi perusahaan, sehingga mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.



Intelligentia - Dignitas