

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kegiatan perekonomian yang semakin hari semakin melaju dengan pesat menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan baik itu perusahaan yang baru didirikan ataupun perusahaan yang sudah lama berkembang. Perusahaan pada dasarnya didirikan dengan memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan utama perusahaan adalah mencapai keuntungan maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada. Tujuan kedua perusahaan adalah untuk menyejahterakan pemilik atau pemegang saham perusahaan. Sedangkan tujuan ketiga perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan sampai titik maksimum yang tercermin dari harga sahamnya agar bisa menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan (Rais, 2021).

Sektor *Consumer non cyclicals* merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi Indonesia karena memiliki peranan yang sangat strategis dalam upaya menyejahterakan kehidupan masyarakat, dimana produknya sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. Perusahaan *consumer non cyclicals* atau barang konsumen primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. (Dwicahyani et al. 2022)

Menurut Suzan & Shafira (2022) Sektor *consumer non cyclicals* merupakan salah satu sektor yang memiliki peminat saham yang banyak karena pertumbuhan perusahaan di sektor ini cenderung stabil setiap tahunnya. Meski perekonomian dalam kondisi sedang tidak stabil, pergerakan saham pada sektor ini cenderung masih tetap tumbuh karena transaksi jual beli yang selalu ada dan meningkat setiap harinya, sehingga menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang ada pada sektor *consumer non cyclicals*. Sektor ini juga dapat memberikan daya tarik kepada para investor untuk investasi jangka panjang karena memiliki pendapatan dan laba yang cenderung stabil.

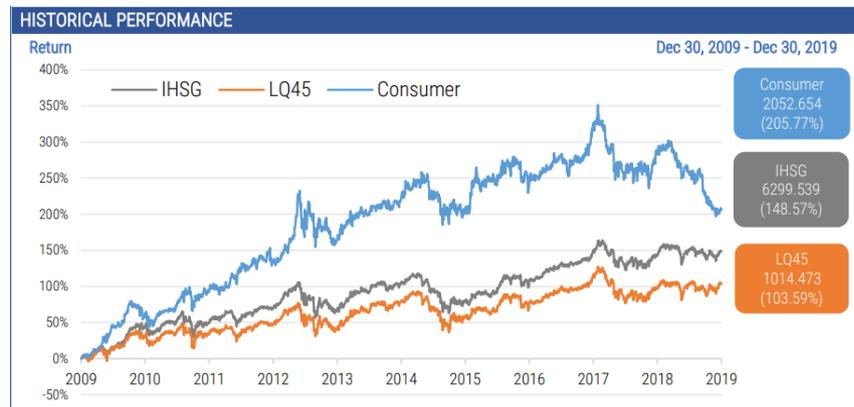
Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa sektor *consumer non cyclicals* memiliki *image* yang baik di benak para investor mengingat sektor ini menyediakan produk-produk kebutuhan primer masyarakat yang tentunya dibutuhkan hampir setiap harinya, sehingga akan berdampak pada pendapatan dan laba perusahaan yang bergerak di sektor ini. Dengan adanya fakta tersebut tentu akan membuat investor beranggapan bahwa berinvestasi pada perusahaan di sektor *consumer non cyclicals* menjadi prospek yang bagus untuk memperoleh keuntungan jangka panjang. Perusahaan pun tentu akan berusaha dan berharap untuk memiliki nilai perusahaan yang terus mengalami kenaikan agar selalu mendapat kepercayaan dari para investor. Namun, pada kenyataannya nilai perusahaan ini masih sering terjadi fluktuatif.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hanif et al. dalam Anjarsari et al., 2023). Nilai perusahaan menjadi sesuatu yang penting untuk

dipertimbangkan oleh investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Sehingga para pengelola perusahaan perlu menerapkan strategi yang terbaik untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat menarik para investor dan kesejahteraan pemegang saham dapat terpenuhi.

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat di ukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan diproksikan dengan harga saham maka memaksimalkan nilai suatu perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan indeks yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan.

Fenomena yang terjadi pada sektor *consumer non cyclicals* yaitu terjadinya fluktuatif kinerja saham perusahaan yang cukup drastis yang mana secara rata-rata periode 2009-2017 masih dalam pergerakan yang positif karena cenderung terjadi kenaikan, hal ini dapat dilihat pada *historical performance* di *fact sheet index* Sektor *consumer goods industry* yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia per Desember 2019. Sektor *consumer goods industry* merupakan sektor sejenis dengan Sektor *consumer non cyclicals* sebelum terjadi perubahan sektor-sektor yang ada di BEI. Berikut adalah data grafik dari penjelasan tersebut:



Sumber: Publikasi Bursa Efek Indonesia 2019

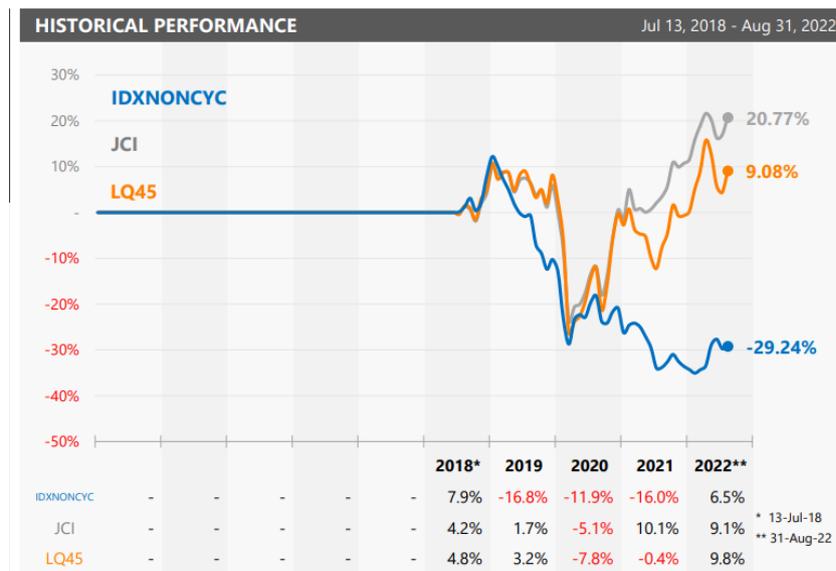
Gambar 1.1

Historical Performance Indeks Consumer Goods Industry per Desember 2019

Gambar 1.1 mempresentasikan bahwa sejak dari tahun 2009 sektor *consumer non cyclicals* atau yang dahulunya bernama sektor *consumer goods industry* terus mengalami kenaikan kinerja saham yang cukup signifikan setiap tahunnya, hanya sedikit terjadi penurunan pada waktu tertentu. Hal ini terlihat mulai tahun 2009-2014. Pada tahun 2012 mengalami kenaikan 19,0% (YoY), tahun 2013 naik 13,8% (YoY), tahun 2014 naik sebesar 22,2% (YoY). Namun sempat terjadi penurunan pada tahun 2015 sebesar -5,2% (YoY), kemudian naik kembali pada tahun 2016 dan 2017 masing-masing sebesar 12,6% dan 23,1% (YoY). Setelah itu, mulai terjadi penurunan terus menerus sejak 2018 di angka -10,2% (YoY) dan 2019 di angka -20,1% (YoY). (Bursa Efek Indonesia, 2019)

Namun, pada kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu 2018-2022 terjadi penurunan kinerja saham yang cukup drastis dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dapat dilihat pada *fact sheet index* IDX Sektor Barang Konsumen Primer (IDXNONCYC) yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia per Agustus 2022. *Historical Performance* ini salah satunya merepresentasikan kinerja saham yang

mengalami penurunan harga saham rerata pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals*, yang mana penurunan harga saham ini juga bisa mencerminkan bahwa terjadinya penurunan nilai perusahaan selama kurun waktu 2018-2022. Berikut adalah data grafik dari penjelasan tersebut:



Sumber: Publikasi Bursa Efek Indonesia 2022

Gambar 1.2
Historical Performance Indeks IDX Sektor Barang Konsumen Primer (IDXNONCYC) per Agustus 2022

Gambar 1.2 mempresentasikan bahwa terjadi penurunan kinerja saham pada kurun waktu 2018-2022 pada sektor *consumer non cyclicals*. Penurunan dimulai pada 2018 menuju 2019, yang mana pada tahun 2018 masih berada pada titik positif 7,9% kemudian anjlok pada tahun 2019 hingga titik negatif 16,8%. Hal tersebut terjadi dapat disebabkan salah satunya oleh turun nya harga saham pada perusahaan sektor ini. Pada tahun 2020 sedikit membaik ke titik negatif 11,9%, namun kembali anjlok ke titik negatif 16,0% pada tahun 2021. Puncaknya sektor ini dapat kembali bangkit ke angka positif pada tahun 2022 yang berada di titik 6,5%. Berdasarkan

penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa sektor *consumer non cyclicals* mengalami kinerja yang cukup buruk pada rentang waktu tersebut, hal ini merepresentasikan sedang terjadinya gejolak harga saham pada perusahaan-perusahaan konsumen barang primer dibandingkan dengan *performance* dari perusahaan LQ45 dan JCI yang sedang mengalami cukup kenaikan yang dimulai pada tahun 2020. (Bursa Efek Indonesia, 2022)

Naik turunnya harga pasar saham di pasar modal juga menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan terkait dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Pada tahun 2021 pergerakan harga saham sektor *consumer non cyclicals* terlihat sejak awal tahun, hingga puncaknya terjadi penurunan sebesar 11,29% secara *year to date* (ytd) pada bulan juli. Perusahaan yang mengalami penurunan yaitu PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 30,95% ytd menjadi Rp 5.075 per saham. Sementara PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) menurun sebesar 23,265 ytd. Kemudian juga saham emiten produsen makanan dalam kemasan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkoreksi 13,05% ytd, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) menurun 12,92%. (Kontan.co.id: 2021)

Berdasarkan beberapa paparan fenomena diatas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan fluktuasi nilai perusahaan yang cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi peningkatan atau penurunan nilai suatu perusahaan, salah satunya yaitu faktor lingkungan. Faktor lingkungan khususnya dalam kinerja lingkungan perusahaan merupakan salah satu pokok penting yang perlu menjadi perhatian bagi para

pemangku kepentingan perusahaan. Ketidakefisienan perusahaan dalam pengelolaan sumber daya alam dan proses produksi tentu dapat berakibat pada kerusakan lingkungan, namun akibat hal tersebut juga akan berdampak pada keuangan perusahaan yang terganggu sehingga nantinya akan memengaruhi nilai perusahaan. Maka dari itu, untuk menghindari dampak tersebut perusahaan perlu merencanakan upaya pelestarian lingkungan dengan konsep *eco-efficiency*.

Eco-efficiency merupakan konsep keberlanjutan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai langkah untuk meminimalkan dan mengatasi dampak terhadap lingkungan dengan efisiensi sumber daya dan efisiensi biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan (Pratama, 2022). Kepekaan terhadap pelestarian lingkungan dapat membantu para pelaku bisnis untuk mencapai pembangunan berkelanjutan, serta mengefisienkan sumber daya sekitar. Penerapan konsep *eco-efficiency* dapat menambah nilai suatu perusahaan dan dapat mengefisienkan harga suatu produk dengan mementingkan dampak lingkungan dari perusahaan tersebut (R. Dewi & Rahmianingsih, 2020). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjarsari et al. (2023) yang menyatakan bahwa *eco-efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan memperhatikan manajemen lingkungan perusahaannya, sehingga dapat meningkatkan harga saham. Karena pada saat meningkatnya permintaan saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Aviyanti & Isbanah (2019) dan Fairus & Murwaningsari (2023) yang menyatakan *eco-efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh Damas et al. (2021) bahwa *eco-efficiency* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain *eco-efficiency*, terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan seperti yang diungkapkan oleh Ningrum (2022:26) bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan terdapat tiga faktor salah satunya adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan apakah keuntungan yang didapat perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham atau diinvestasikan kembali sebagai modal perusahaan yang kemungkinan akan mendapatkan *capital gain* (Hamidah, 2019:286). Pembagian dividen yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi indikasi bahwa perusahaan dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham, semakin besar dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham, maka perusahaan akan dianggap memiliki kinerja yang baik dan akan dianggap menguntungkan, sehingga penilaian terhadap perusahaan tersebut akan membaik yang dapat tercermin dari tingkat harga saham perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Chan et al. (2022) dan Dessriadi et al. (2022) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Nuryatin et al. (2022) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain *eco-efficiency* dan kebijakan dividen, faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas perusahaan. Menurut Kasmir (2018:129) Likuiditas merupakan suatu hal yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Perusahaan yang memiliki

tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan kesempatan perusahaan bertumbuh cenderung tinggi. Semakin tinggi likuiditas perusahaan akan berdampak pada kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan yang bersangkutan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur maupun pada calon investor. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviarni et al. (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar deviden, membiayai operasional dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rahayu et al. (2023) dan Andreas et al. (2021). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani et al. (2021) dan Ambarwati & Vitaningrum (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas dan terdapat hasil yang inkosisten pada penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *eco-efficiency* dengan indikator kepemilikan sertifikat ISO-14001, kebijakan dividen dengan indikator *dividen payout ratio* (DPR), dan likuidasi dengan indikator *current ratio* (CR) terhadap nilai perusahaan dengan indikator *tobins'Q* dengan perusahaan Sektor *Consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 sebagai subjek penelitian. Maka dari itu, penulis mengambil judul **“Pengaruh *Eco-efficiency*, Kebijakan Dividen, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan (Survei pada Perusahaan Sektor *consumer non cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah yang merupakan gambaran ruang lingkup pembahasan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana *eco-efficiency*, kebijakan dividen, likuiditas, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency*, kebijakan dividen, dan likuiditas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency*, kebijakan dividen, dan likuiditas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *eco-efficiency*, kebijakan dividen, likuiditas, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh *eco-efficiency*, kebijakan dividen, dan likuiditas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

3. Untuk mengetahui pengaruh *eco-efficiency*, kebijakan dividen, dan likuiditas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Kemudian penulis juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi keuangan, serta membuka wawasan lebih mengenai *Eco-efficiency*, Kebijakan Dividen, Likuiditas, dan Nilai Perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu, pengetahuan, serta wawasan dan mengetahui penerapan ilmu akuntansi khususnya dalam bidang keuangan.
2. Bagi lembaga khususnya fakultas ekonomi dan bisnis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penunjang perkuliahan khususnya dalam mata kuliah akuntansi pasar modal. Kemudian bisa dijadikan sebagai literatur serta pertimbangan pada penelitian yang akan datang tentang akuntansi pasar modal.
3. Bagi perusahaan dan investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesimpulan yang bermanfaat dan dapat menjadikan masukan bagi perusahaan ataupun investor untuk mengetahui dampak dari *Eco-Efficiency*, Kebijakan Dividen, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang di peroleh dari situs resmi perusahaan terkait, Bursa Efek Indonesia melalui www.idx.co.id, dan situs pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama Delapan bulan, dari bulan September 2023 sampai dengan bulan April 2024. Dengan rincian kegiatan penelitian seperti pada lampiran.