

BAB I

PENDAHULUAN

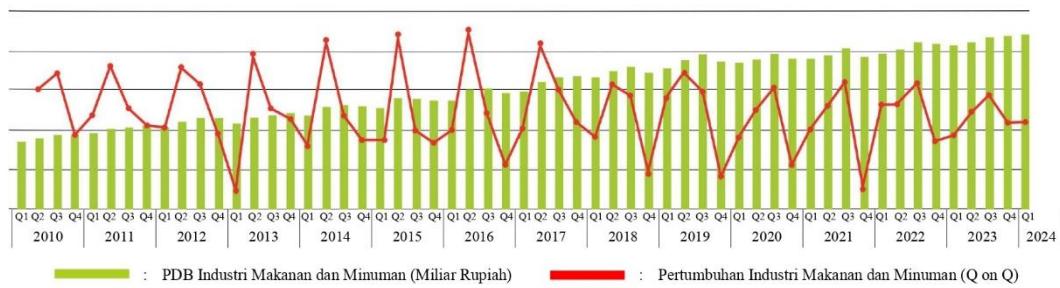
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam pasar modal, nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama yang menggambarkan kondisi kesehatan dan prospek masa depan perusahaan. Salah satu fungsi utama pasar modal adalah penemuan harga (*price discovery*) yang mencerminkan nilai perusahaan berdasarkan ekspektasi pasar terhadap kinerja perusahaan di masa depan (Brigham & Houston, 2019: 23). Pasar modal merupakan bagian dari sistem keuangan yang memfasilitasi interaksi antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana. Dengan peranannya tersebut, pasar modal diharapkan dapat mendukung perkembangan industri dan perdagangan yang dilakukan oleh sektor publik maupun swasta, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Pasar modal memberi kesempatan bagi perusahaan untuk memperoleh dana jangka panjang melalui penerbitan saham atau obligasi kepada publik. Sementara itu, pasar modal juga menyediakan peluang bagi individu dan institusi untuk menginvestasikan dana mereka dalam instrumen yang berpotensi menghasilkan keuntungan (Ismail & Herbenita, 2024: 10). Di Indonesia, kondisi pasar modal dapat dilihat dari salah satu indikator yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Bursa Efek Indonesia (BEI) berfungsi sebagai pintu utama dalam perdagangan saham di Indonesia (Ismail & Herbenita, 2024: 10).

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mencerminkan kondisi umum pasar modal. Ketika IHSG meningkat, ini menandakan pasar modal sedang dalam

tren *bullish*, sementara penurunannya menunjukkan pasar sedang dalam kondisi *bearish*. Kondisi ini berpengaruh langsung pada berbagai sektor industri, termasuk sektor makanan dan minuman (Tandelilin, 2017: 25). Sektor makanan dan minuman memiliki sifat *defensif*, yang membuatnya relatif lebih stabil meskipun IHSG mengalami penurunan, karena produk dari sektor ini termasuk kebutuhan dasar masyarakat (Hartono, 2020: 132). Industri makanan dan minuman di Indonesia terbukti memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian negara, seperti yang terlihat dalam tren pertumbuhan yang ditunjukkan pada grafik.

Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, Q2 2010 – Q1 2024 (Per Kuartal)



Sumber : Data Industri Research

Gambar 1.1

Tren Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Dari Q2 2010 Hingga Q1 2024

Berdasarkan data dari kuartal kedua tahun 2010 hingga kuartal pertama tahun 2024, terlihat bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) dari industri makanan dan minuman (ditunjukkan oleh batang berwarna hijau) mengalami peningkatan secara konsisten dari waktu ke waktu. Hal ini mencerminkan kemampuan sektor tersebut untuk tetap bertahan di tengah berbagai dinamika ekonomi, termasuk gejolak yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Meskipun laju pertumbuhan industri makanan dan minuman per kuartal (ditunjukkan oleh garis merah) menunjukkan ketidakstabilan, dengan fluktuasi pertumbuhan antar kuartal, arah

umum dari pertumbuhan PDB sektor ini tetap menunjukkan kecenderungan positif. Salah satu penyebabnya adalah sifat produk makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok masyarakat, yang menjamin keberlanjutan permintaan meskipun kondisi ekonomi sedang tidak menentu. Oleh karena itu, sektor ini tidak hanya memainkan peran penting dalam menyumbang terhadap PDB nasional, tetapi juga menunjukkan daya tarik sebagai objek investasi di pasar modal Indonesia, mengingat karakteristiknya yang relatif *defensif* serta prospek pertumbuhan jangka panjang yang menjanjikan, meskipun nilai perusahaan dalam sektor ini tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun luar perusahaan (*Industri Research, 2024*).

Dalam perusahaan makanan dan minuman (*food and beverage*), nilai perusahaan menjadi tolok ukur penting dalam menilai performa dan potensi perusahaan ke depan. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga saham, di mana harga tersebut terbentuk dari mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal, mencerminkan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan. Pandangan ini menekankan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil persepsi investor terhadap keberhasilan manajerial perusahaan (Harmono, 2017: 233). *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham. PBV mengindikasikan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai fundamental perusahaan. Rasio ini sangat relevan dalam sektor makanan dan minuman, yang umumnya memiliki aset fisik dan nilai merek yang cukup besar, karena PBV dapat merefleksikan seberapa tinggi penghargaan pasar

terhadap faktor-faktor tersebut (Hery, 2020: 142). Nilai perusahaan juga menggambarkan seberapa efektif manajemen dalam menjalankan perusahaan, apakah sudah dikelola dengan baik atau sebaliknya. Kinerja perusahaan sendiri merupakan hasil yang ingin dicapai dan umumnya tercermin dalam nilai perusahaan yang tinggi. Melalui penilaian investor dan pengguna laporan keuangan terhadap nilai perusahaan, dapat dilihat apakah perusahaan telah mengelola aset, kewajiban, serta distribusi sumber daya secara optimal. Dalam praktiknya, pengguna laporan keuangan sering kali menilai baik buruknya nilai perusahaan dengan melihat indikator kinerja keuangan (Setiawati et al., 2023: 222).

Dalam menganalisis faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, volume perdagangan saham merupakan salah satu indikator penting dalam menilai tingkat likuiditas dan kontribusinya terhadap pembentukan nilai suatu perusahaan. Pergerakan volume saham kerap menjadi indikator fundamental dalam menilai kesehatan perusahaan. Volume perdagangan yang tinggi mengindikasikan minat investor yang besar terhadap saham perusahaan (Chordia & Swaminathan, 2020: 915). Peningkatan volume perdagangan dapat menjadi sinyal positif bagi investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan *food and beverage* di Indonesia. Volume perdagangan yang tinggi menunjukkan likuiditas saham yang baik, yang akan berdampak pada persepsi investor terhadap kinerja perusahaan (Ambarwati, 2018: 45). Dalam kaitannya dengan tren pergerakan IHSG, ketika indeks mengalami kenaikan, volume perdagangan saham perusahaan makanan dan minuman juga cenderung meningkat, mencerminkan meningkatnya ketertarikan investor terhadap sektor tersebut. Peningkatan volume perdagangan juga dapat terjadi saat

perusahaan di sektor ini melakukan peluncuran produk inovatif atau secara tanggap merespons perubahan *preferensi* konsumen. Peningkatan volume perdagangan yang disertai dengan kenaikan harga saham merupakan indikator *bullish* yang berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Halim, 2020: 145). Di sisi lain, inflasi yang meningkat dapat menurunkan daya beli masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada proyeksi kinerja perusahaan. Peningkatan investasi pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia mencerminkan adanya pertumbuhan ekonomi yang positif. Tingginya aktivitas ini ditunjukkan dengan banyaknya transaksi permintaan dan penawaran saham, yang turut memicu terjadinya fluktuasi harga saham. Namun demikian, terdapat pula situasi di mana perusahaan dengan volume perdagangan yang tinggi justru mengalami penurunan nilai perusahaan (Putri, 2019: 324). Hal ini mengindikasikan bahwa volume perdagangan bukan satu-satunya determinan nilai perusahaan, melainkan masih terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi.

Selain volume perdagangan, Kapitalisasi pasar merupakan representasi dari nilai keseluruhan saham yang beredar milik suatu perusahaan. Besarnya kapitalisasi pasar menandakan bahwa perusahaan memiliki skala yang besar pula, yang biasanya berhubungan dengan kestabilan finansial serta prospek jangka panjang yang lebih menjanjikan. Dalam pandangan investor, kapitalisasi pasar mencerminkan seberapa besar ukuran perusahaan dan menjadi indikator penting dalam menilai nilai perusahaan (Sartono, 2018: 124). Kapitalisasi pasar yang tinggi mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan nilai

perusahaan (Husnan & Pudjiastuti, 2018:76). Hal ini tercermin pada sejumlah perusahaan makanan dan minuman berskala besar yang mampu menjaga nilai perusahaan tetap tinggi meskipun berada dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil. Selain itu, perusahaan-perusahaan ini sering menjadi pilihan aman (*safe haven*) bagi investor, khususnya pada masa ketidakpastian ekonomi. Namun, terdapat pula kasus di mana perusahaan makanan dan minuman dengan kapitalisasi pasar kecil mampu mencatatkan pertumbuhan nilai perusahaan yang signifikan. Fakta ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak selalu menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Faktor lain seperti inovasi produk, efisiensi dalam operasional, dan strategi pemasaran yang efektif juga turut berperan besar. Fenomena menarik lainnya adalah kemunculan perusahaan makanan dan minuman dengan kapitalisasi pasar menengah yang menargetkan segmen pasar premium atau *niche market*. Perusahaan-perusahaan ini menunjukkan peningkatan kapitalisasi pasar secara signifikan karena keberhasilan strategi *diferensiasi* mereka, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Setiawan & Mulyani, 2022: 178). Di Bursa Efek Indonesia (BEI), kapitalisasi pasar dihitung dengan mengalikan jumlah saham yang tercatat dengan harga saham yang berlaku. Penurunan harga saham akan menyebabkan turunnya kapitalisasi pasar, begitu pula sebaliknya. Kapitalisasi pasar memiliki hubungan positif dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), di mana peningkatan IHSG umumnya akan diikuti dengan kenaikan kapitalisasi pasar (Kurniasari et al., 2023: 334).

Di samping kapitalisasi pasar, risiko pasar merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perspektif investor terhadap suatu perusahaan. Risiko ini

umumnya diukur dengan beta saham, yang menunjukkan seberapa peka suatu saham terhadap perubahan kondisi pasar secara keseluruhan. Ketidakstabilan pasar dapat menyebabkan ketidakpastian terhadap tingkat pengembalian investasi, yang biasanya tercermin dari pergerakan indeks pasar saham. Faktor-faktor seperti resesi ekonomi, konflik sosial, dan dinamika politik menjadi penyebab utama terjadinya perubahan pasar (Tambunan, 2020: 118). Pergerakan IHSG mencerminkan sentimen pasar secara keseluruhan dan menjadi indikator utama risiko sistematis yang dihadapi seluruh perusahaan di pasar modal (Husnan, 2020: 112). Tren IHSG yang *bullish* cenderung menurunkan persepsi risiko pasar secara keseluruhan, sementara tren IHSG yang *bearish* meningkatkan persepsi risiko pasar (Jogiyanto, 2021: 143). Semakin besar risiko pasar, maka semakin besar pula potensi imbal hasil yang diharapkan, sesuai dengan prinsip *high risk, high return* (Fahmi, 2020: 189). Dalam praktiknya, hal ini terlihat pada sejumlah perusahaan makanan dan minuman yang mengalami penurunan nilai akibat tingginya risiko pasar, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi pemerintah, dan meningkatnya persaingan. Meski demikian, terdapat pula perusahaan yang mampu menjaga bahkan meningkatkan nilai perusahaannya di tengah tekanan risiko pasar, melalui strategi seperti *hedging*, diversifikasi produk, serta manajemen risiko yang efektif. Secara umum, terdapat korelasi negatif antara risiko pasar dan nilai perusahaan, khususnya di masa ketidakpastian ekonomi (Fahmi, 2019: 167). Hal ini disebabkan oleh kecenderungan investor yang bersifat menghindari risiko (*risk averse*), sehingga perusahaan dengan risiko pasar yang tinggi sering kali dipandang memiliki nilai yang lebih rendah oleh pasar (Hanafi, 2018: 231).

Risiko pasar yang tinggi dapat menciptakan ketidakpastian pada kinerja perusahaan. Dalam konteks ini, profitabilitas perusahaan menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu bertahan dan menghasilkan keuntungan di tengah fluktuasi pasar. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang menjadi indikator kinerja operasional dan efisiensi manajemen. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan menjalankan operasionalnya secara efisien dan bahwa manajemen mampu mengelola sumber daya dengan baik (Kasmir, 2019: 115). Profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan utama bagi investor dalam menilai prospek jangka panjang suatu perusahaan (Sudana, 2019: 25). Profitabilitas yang tinggi dapat memitigasi persepsi risiko pasar yang tinggi karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *return* yang *kompensatif* terhadap risiko yang dihadapi (Brigham & Houston, 2022: 312). Dalam konteks hubungannya dengan tren IHSG, perusahaan dengan profitabilitas yang konsisten cenderung lebih tahan terhadap gejolak pasar dan memiliki korelasi yang lebih rendah dengan tren IHSG (Sudiyatno & Puspitasari, 2023: 198). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran penting sebagai penyangga dalam menghadapi berbagai faktor eksternal yang berpotensi merugikan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi umumnya lebih tangguh dalam menghadapi tekanan eksternal dan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan nilai perusahaan meskipun berada dalam situasi pasar yang tidak menguntungkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini tertarik untuk melakukan studi mengenai “Pengaruh Volume Perdagangan, Kapitalisasi Pasar, dan

Risiko Pasar Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2023)”.

1.2 Indetifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana volume perdagangan, kapitalisasi pasar, risiko pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2016-2023.
2. Bagaimana pengaruh volume perdagangan, kapitalisasi pasar, dan risiko pasar secara bersama-sama dan parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2023.
3. Bagaimana profitabilitas memoderasi pengaruh volume perdagangan, kapitalisasi pasar, dan risiko pasar terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Volume perdagangan, kapitalisasi pasar, risiko pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2023.
2. Pengaruh volume perdagangan, kapitalisasi pasar, dan risiko pasar secara bersama-sama dan parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2023.
3. Bagaimana profitabilitas memoderasi pengaruh volume perdagangan, kapitalisasi pasar, dan risiko pasar terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2023.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini sangat diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan (teori) dan juga sebagai terapan ilmu pengetahuan. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan (Teori)

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang manajemen keuangan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di pasar modal. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi selanjutnya dalam memahami hubungan antara volume perdagangan, kapitalisasi pasar, risiko pasar, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, terutama di perusahaan *Food and Beverage* (F&B).

1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan

Dilihat dari beberapa aspek, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Investor, Memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.
2. Bagi Manajer Keuangan, Menjadi referensi dalam menyusun strategi keuangan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mengelola risiko pasar dengan lebih baik.
3. Bagi Perusahaan *Food and Beverage*, Membantu dalam memahami pentingnya profitabilitas sebagai faktor yang memperkuat nilai perusahaan serta strategi untuk meningkatkan daya tarik di pasar modal.
4. Bagi Pemangku Kepentingan, Memberikan informasi tambahan dalam perumusan kebijakan yang berkaitan dengan sektor *Food and Beverage* di pasar modal.

1.5 Tempat Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Tempat Penelitian

Tempat Penelitian ini akan dilakukan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan website perusahaan masing-masing perusahaan.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian dimulai dari pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan laporan penelitian. Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Desember s/d Juli sebagaimana yang dijelaskan pada lampiran.