

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sektor *Consumer cyclicals* adalah sektor barang konsumsi non-publik atau sekunder, yang mencakup perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan produk dan layanan yang biasa dijual kepada konsumen, tetapi untuk barang yang bersifat sekunder (Sari, 2022).

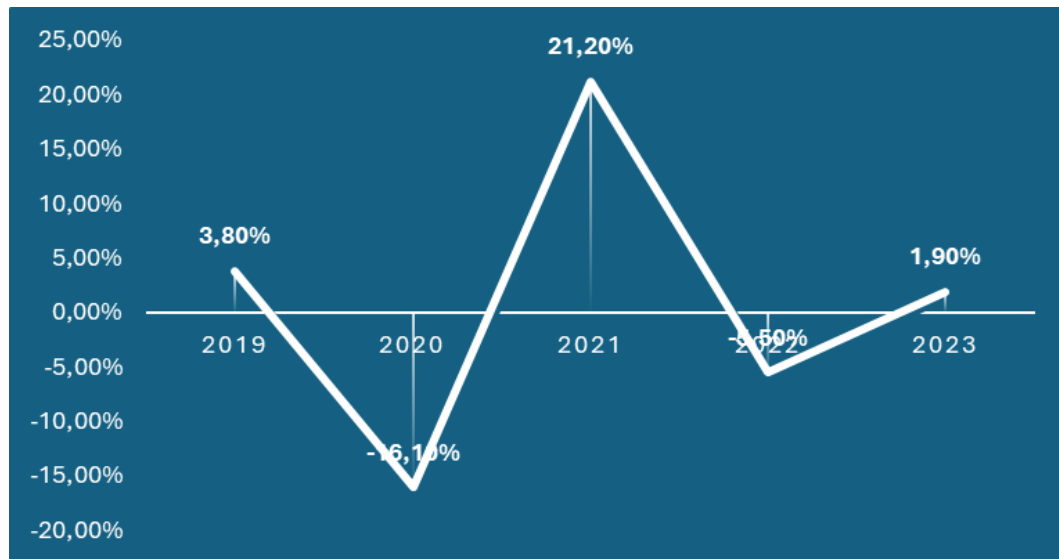
Menurut Hayes (2020), sektor ini terbagi menjadi dua kategori utama: siklus tahan lama dan siklus tidak tahan lama. Siklus tahan lama melibatkan produk yang memiliki masa penggunaan panjang seperti mobil dan peralatan rumah tangga, sementara siklus tidak tahan lama mencakup barang-barang yang cepat habis, seperti makanan atau minuman ringan. Perbedaan ini penting karena sektor siklus tahan lama biasanya lebih rentan terhadap perubahan dalam siklus bisnis. Saat ekonomi sedang berkembang, permintaan untuk barang tahan lama meningkat karena konsumen memiliki lebih banyak penghasilan yang dapat dibelanjakan, sementara saat resesi, konsumen akan menunda pembelian barang-barang ini.

Sektor ini juga melibatkan berbagai industri penting seperti perdagangan ritel, media dan hiburan, komponen otomotif, serta barang mewah. Sifatnya yang sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi membuat sektor ini sering digunakan sebagai barometer untuk memprediksi atau memahami kondisi siklus bisnis secara keseluruhan. Saat perekonomian tumbuh, konsumen lebih cenderung menghabiskan uang untuk barang-barang sekunder yang dihasilkan oleh sektor ini. Sebaliknya, saat kondisi ekonomi melemah, pengeluaran pada barang-barang tersebut seringkali ditunda, yang dapat menyebabkan penurunan kinerja perusahaan-perusahaan dalam sektor ini (Hayes, 2020).

Sektor *consumer cyclicals* menunjukkan bagaimana perubahan dalam siklus ekonomi memengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa yang tidak esensial, menjadikannya indikator penting dalam studi ekonomi makro. Seperti dijelaskan oleh CSA Awards (2020), “Sektor ini mencakup perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan produk dan layanan yang bersifat sekunder dan biasanya dibeli konsumen saat kondisi ekonomi sedang baik.”

Sektor *Consumer Cyclicals* memiliki peran strategis dalam mendukung kesejahteraan masyarakat Indonesia, karena sektor ini mencakup produk-produk yang sangat penting untuk kehidupan sehari-hari. *Consumer Cyclicals* meliputi barang dan jasa yang permintaannya cenderung meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, seperti pakaian, kendaraan, dan produk elektronik. Dalam konteks Indonesia, sektor ini juga mencakup kebutuhan primer seperti makanan dan minuman, yang merupakan dasar dari kesejahteraan masyarakat. Penelitian oleh Wulandari dan Prasetyo (2020) menunjukkan bahwa sektor *Consumer Cyclicals* di Indonesia memiliki korelasi yang signifikan dengan tingkat konsumsi masyarakat. Studi ini menemukan bahwa peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat mendorong permintaan terhadap produk-produk dari sektor ini, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, sektor ini juga memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan roda perekonomian.

*Consumer Cyclicals* atau barang konsumen non primer adalah kelompok industri yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan siklus bisnis perusahaan. Industri ini sangat terpengaruh dengan kondisi resesi yang dapat menyebabkan penurunan pendapatan laba (Kayo, 2021). Dalam kondisi resesi, masyarakat memiliki pendapatan lebih sedikit untuk dibelanjakan sehingga pengeluaran *consumer cyclicals* menjadi pengeluaran pertama yang non-pokok yang akan dipotong dari kebutuhan dan sebaliknya, ketika kondisi perekonomian meningkat, makan kebutuhan *consumer cyclicals* ini akan kembali digunakan oleh masyarakat (Awal, 2022). Berikut ini merupakan indeks *consumer cyclicals* periode 2019 – 2023 sebagai berikut:



Sumber [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (2024)

**Gambar 1.1** IDX *Consumer Cyclical* 2019 – 2023

Berdasarkan grafik 1.1 dapat dilihat bahwa indeks *consumer cyclical* bergerak cenderung menurun, dimana hal ini mencerminkan penurunan minat atau daya beli konsumen terhadap barang dan jasa yang dianggap tidak mendesak atau bersifat musiman. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi yang tidak stabil, meningkatnya tingkat pengangguran, atau penurunan pendapatan rumah tangga. Secara keseluruhan, pergerakan menurun dalam indeks sektor *consumer cyclical* mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sektor ini mungkin menghadapi tantangan dalam mempertahankan penjualan dan keuntungan mereka (Stockbit Snips | Berita Saham, 2024).

Sektor *consumer cyclical* menjadi pilihan yang tepat sebagai objek penelitian. Pertama, sektor ini bersifat sangat dinamis dan sensitif terhadap siklus ekonomi. Industri yang termasuk dalam sektor ini, seperti otomotif, perumahan, barang mewah, dan ritel, mengalami pertumbuhan pesat saat ekonomi tumbuh, namun lebih rentan terhadap penurunan selama resesi. Respons sektor ini terhadap perubahan ekonomi makro seperti suku bunga, tingkat inflasi, dan pertumbuhan PDB membuatnya menarik untuk diteliti. Volatilitas yang terjadi di sektor ini

memberikan peluang bagi investor untuk memahami dinamika risiko dan keuntungan (McKinsey, 2020).

Pertumbuhan pasar konsumen di Indonesia menjadi faktor penting yang mendukung penelitian ini. Indonesia merupakan salah satu pasar konsumen terbesar di Asia Tenggara dengan daya beli masyarakat yang terus meningkat, terutama di kalangan kelas menengah. Data dari Bank Dunia menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga menyumbang lebih dari 55% dari PDB Indonesia, menjadikan sektor konsumen siklikal sebagai salah satu penerima manfaat utama dari pertumbuhan ini (Bank Dunia, 2021).

Sektor ini juga mengalami fluktuasi besar di tengah krisis, khususnya selama pandemi COVID-19. Meskipun ada penurunan tajam di awal tahun 2020, subsektor seperti ritel online dan barang mewah justru mengalami pemulihan cepat. Ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen selama pandemi memberikan keuntungan bagi beberapa perusahaan di sektor ini. *“Indeks sektor consumer cyclicals di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan sebesar 25% pada kuartal pertama 2020, namun subsektor e-commerce dan barang konsumsi non-esensial mencatat pemulihan hingga 18% pada akhir tahun.”* (IDX, 2020).

Pandemi juga menyebabkan perubahan preferensi konsumen. Banyak konsumen beralih ke belanja online dan meningkatkan pengeluaran untuk barang-barang mewah setelah pembatasan pandemi berakhir. Tren ini memengaruhi kinerja perusahaan di sektor ini, menjadikannya relevan untuk dianalisis dalam konteks perubahan perilaku konsumen (Deloitte, 2022).

Pada 2024, terdapat sejumlah perusahaan dari sektor *cyclicals* yang direncanakan akan melakukan IPO. Dari total 27 perusahaan yang dalam antrean IPO, 6 di antaranya berasal dari sektor *consumer cyclical*. Ini menunjukkan minat yang cukup tinggi terhadap sektor ini, meskipun sektor ini juga dikenal memiliki volatilitas yang tinggi mengikuti kondisi ekonomi ([Bisnis Indonesia](#), 2024). Perusahaan-perusahaan di *sektor cyclical* seperti PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk kinerja keuangan, manajemen

perusahaan, kondisi industri, inovasi dan teknologi, serta tren konsumen. Prospek saham-saham ini dapat berubah seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi global dan domestik ([Moneynesia](#), 2024). Secara keseluruhan, kondisi sektor *cyclical* di BEI cukup dinamis dan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan ketika ekonomi pulih, namun juga rentan terhadap penurunan saat terjadi kontraksi ekonomi. Sektor *Consumer Cyclical* terbagi menjadi beberapa sub sektor yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Daftar Sub Sektor Pada Sektor *Consumer Cyclical***

| NO | SUB SEKTOR <i>CONSUMER CYCLICALS</i> |
|----|--------------------------------------|
| 1  | Auto Components                      |
| 2  | Automobiles                          |
| 3  | Household Goods                      |
| 4  | Consumer Electronics                 |
| 5  | Sport Equipment & Hobbies Goods      |
| 6  | Apparel & Luxury Goods               |
| 7  | Tourism & Recreation                 |
| 8  | Education & Support Services         |
| 9  | Media                                |
| 10 | Entertainment & Movie Production     |
| 11 | Consumer Distributors                |

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com) (2024)

Berdasarkan pada tabel 1.1 yang menunjukkan berbagai sub sektor pada sektor *customer cyclical* diperoleh 11 sub sektor dengan total sebanyak 124 perusahaan yang ada pada *sektor cyclical* dengan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Persaingan yang semakin meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan atau memperoleh keuntungan kompetitif dengan cara memberikan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara tujuan jangka panjang perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).

Nilai perusahaan adalah penilaian yang diberikan investor untuk keberhasilan perusahaan dan kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham dipasar. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator harga saham di pasar akan menunjukkan adanya peluang-peluang investasi yang baik. Adanya peluang - peluang investasi tersebut dapat memberikan sinyal positif kepada investor tentang kemakmuran yang akan diperoleh investor maupun prospek perusahaan kedepannya sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan (Farizki *et.al.*, 2021)

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai jual perusahaan yang aktif. Setiap kenaikan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor (Natsir & Yusbardini, 2020). Hal ini diperjelas oleh Pangestuti & Tindangen (2020), yang menyatakan bahwa jika nilai perusahaan meningkat, maka kekayaan pemegang saham juga akan meningkat. Sehingga peningkatan nilai perusahaan menjadi keinginan utama bagi para pemegang saham dan investor. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai pasar melalui harga saham perusahaan. Untuk mencapai hal itu, diperlukan peningkatan kinerja perusahaan, baik dalam segi operasional maupun dalam segi finansial.

Menurut Juhandi *et.,al* (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan, setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut berdiri hingga sekarang. Jika perusahaan tersebut sudah membuka sahamnya kepada publik, masyarakat akan membeli saham perusahaan tersebut dengan melihat nilai perusahaan pada harga tertentu, melalui berbagai persepsi dan kepercayaan masyarakat.

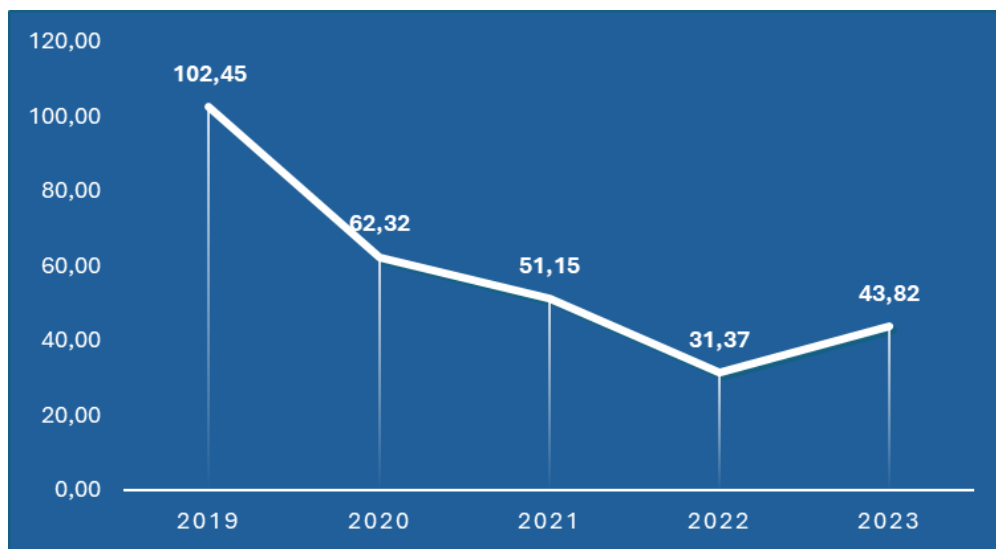
Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan ini bersifat garis besar, karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan - keputusan dibidang keuangan (Tika, 2022:124).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan penawaran dan permintaan yang mempengaruhi pergerakan harga di pasar modal. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Nugraha *et.,al.*, 2019). Menurut Sucuahi dan Cambarihan (2019) memaksimumkan nilai perusahaan memiliki makna yang lebih luas, karena memaksimumkan nilai perusahaan berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang dan berbagai risiko terhadap arus pendapatan perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio penilaian yang memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan. Adapun metode yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan *Tobin's Q*. Pada penelitian ini proksi yang digunakan adalah *Price Price to Book Value* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan pada sektor *consumer cyclicals*.

*Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini digunakan sebagai ukuran dari harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*. Semakin rendah nilai PBV suatu saham maka saham tersebut

dinyatakan undervalued, dimana sangat baik untuk investasi jangka panjang. Namun rendahnya nilai PBV juga dapat menjadi indikasi turunnya kualitas dan kinerja fundamental emiten. Oleh karena itu, nilai PBV juga harus dibandingkan dengan PBV saham emiten yang lain dalam industri yang sama, apabila terlalu jauh perbedaannya maka sebaiknya perlu dianalisis lebih lanjut (Hery 2019).

PBV yang tinggi membuat pasar akan percaya terhadap prospek perusahaan kedepan (Putra dan Lestari, 2019). Tingginya PBV mencerminkan tingginya harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Keberhasilan perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham dilihat dari semakin tinggi harga saham perusahaan. Adanya peluang investasi memberikan sinyal yang positif terhadap perkembangan perusahaan dimasa mendatang, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat (Kohar dan Akramunnas, 2019). Berikut ini adalah kondisi rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) pada sampel perusahaan *Consumer Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 - 2023, yaitu :



Sumber : TICMI (data diolah penulis, 2024)



### **Gambar 1.2 Data Nilai Perusahaan Menggunakan *Price Book Value***

Berdasarkan grafik 1.2 Penurunan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor eksternal atau internal perusahaan yang mempengaruhi kinerja saham selama periode tersebut. Lompatan signifikan ini mengindikasikan adanya peristiwa penting atau peningkatan kinerja perusahaan yang sangat positif, yang meningkatkan minat investor dan harga saham secara substansial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya, semakin menarik bagi investor untuk membeli saham tersebut. Namun, jika nilai PBV terus meningkat, pada titik tertentu investor mungkin akan menganggap bahwa nilai pasar perusahaan terlalu mahal, sehingga saham tersebut tidak lagi menarik bagi mereka

Seperti dijelaskan oleh Kohar dan Akramunnas (2019), keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham ditandai dengan semakin tingginya harga saham. Namun, ketika PBV mulai mengalami penurunan, ini mengindikasikan bahwa pasar mulai meragukan kemampuan perusahaan untuk memberikan pengembalian yang signifikan kepada investor di masa depan. Dalam kasus sektor consumer cyclical, penurunan PBV yang terjadi dapat mencerminkan persepsi negatif pasar terkait penurunan permintaan barang sekunder, kenaikan biaya produksi, dan ketidakpastian ekonomi.

Lebih lanjut, tingginya PBV mencerminkan harga saham yang lebih tinggi dibandingkan nilai buku, yang dapat memberikan  **sinyal positif**  kepada investor mengenai potensi pertumbuhan perusahaan (Putra dan Lestari, 2019). Namun, jika harga pasar terus meningkat melebihi nilai wajar (*overvalued*), investor mungkin akan menilai saham tersebut terlalu mahal, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan minat investor untuk membeli saham tersebut. Ini menjelaskan mengapa pada titik tertentu, nilai PBV yang tinggi bisa menjadi faktor negatif jika ekspektasi pasar tidak dapat dipenuhi oleh kinerja perusahaan yang sebenarnya.

Persaingan yang ketat di sektor ini, terutama dengan masuknya perusahaan-perusahaan berbasis teknologi, turut menurunkan PBV perusahaan tradisional.

Inovasi teknologi dan perubahan model bisnis yang cepat sering kali memberikan keunggulan kompetitif pada perusahaan teknologi, membuat perusahaan consumer cyclical yang lebih konvensional mengalami kesulitan untuk beradaptasi dan mempertahankan pangsa pasar. Hal ini menyebabkan penurunan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, yang tercermin dalam PBV mereka (PwC, 2021).

Ada beberapa tujuan seseorang melakukan investasi, seperti untuk mencapai kehidupan yang layak di masa depan dan mengurangi dampak inflasi. Secara umum, keputusan investasi seseorang didasarkan pada risiko dan imbal hasil. Imbal hasil (*return*) adalah keuntungan dari investasinya, sementara risiko adalah kemungkinan investor mendapatkan imbal hasil yang berbeda dari yang diharapkan. Hubungan antara risiko dan imbal hasil bersifat linier atau searah: semakin tinggi risiko suatu aset, semakin tinggi pula imbal hasil yang diharapkan dari aset tersebut, dan sebaliknya.

*Return* saham memungkinkan investor untuk membandingkan keuntungan aktual atau yang diharapkan dari berbagai investasi dengan tingkat pengembalian saham yang diinginkan. Selain itu, imbal hasil memiliki peran signifikan dalam menentukan nilai suatu investasi (Yani, 2022). Sebelum membeli suatu aset, investor perlu melakukan analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu saham diperdagangkan pada harga yang murah atau mahal, yang membantu memastikan pengembalian saham yang akan diperoleh. Pengembalian saham adalah keuntungan yang diperoleh investor dari dana yang diinvestasikan. Pengembalian saham terdiri dari dua komponen utama: *yield* dan *capital gain (loss)*. *Yield* adalah komponen pengembalian saham yang mencerminkan aliran kas atau pendapatan periodik dari suatu investasi, sementara *capital gain (loss)* adalah kenaikan atau penurunan harga surat berharga (saham atau obligasi) yang dapat memberikan keuntungan atau kerugian bagi investor (Affandi, 2019).

Perkembangan ekonomi di Indonesia cukup pesat, maka juga dibutuhkan ketepatan dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Oleh karena itu

banyak perusahaan yang mempublish agar menarik para investor untuk menaruh modalnya pada perusahaan guna sebagai modal perusahaan. Salah satu aspek yang dinilai masyarakat berinvestasi adalah kinerja keuangan perusahaan yang dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan selalu mengumumkan laporan keuangannya agar para calon investor dapat mengetahui bagaimana kinerja perusahaan, dan prospek perusahaan tersebut dimasa mendatang. Pembelian pasar modal perlu meninjau harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan, investor dapat menilai tingkat kesesuaian harga saham yang ditawarkan dengan nilai perusahaan tersebut. Dengan adanya pasar modal memungkinkan investor mempunyai berbagai pilihan investasi yang sesuai *preferensi* masing-masing. Pasar modal sudah menjadi alternatif bagi investor yang ingin menanamkan modalnya dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dan menjadi fasilitas bagi emiten yang ingin memperoleh dana tambahan untuk operasional perusahaan serta pengembangan usaha. Penilaian emiten pada perusahaan diperoleh dari informasi yang terdapat di pasar modal sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi suatu perusahaan, sebagai nilai atau tolak ukur penentu keputusan akan melakukan investasi atau tidak.

Investasi merupakan penanaman modal yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Pasar modal di Indonesia telah berkembang pesat juga berperan penting dalam mobilitas dana investor yang akan berinvestasi. Investasi sendiri merupakan kegiatan pengembangan harta kekayaan dengan cara tertentu yang mengakibatkan aktivitas dan resiko. Dengan investasi, investor akan mendapatkan *capital gain* maupun *dividen* yang berasal dari emiten karena perusahaan tersebut memperoleh keuntungan apabila investor berinvestasi pada saham. Investasi sangat berpengaruh terhadap kemajuan pertumbuhan ekonomi, juga memiliki peluang yang besar karena setiap tahunnya mengalami peningkatan. Investasi juga dapat bermanfaat bagi suatu perekonomian yang lemah. Karena saat perekonomian melemah maka kegiatan ekspor juga melemah. Oleh karena itu, investasi mampu menggantikan kegiatan ekspor untuk mengembalikan stabilitas perekonomian (Brigham, 2020).

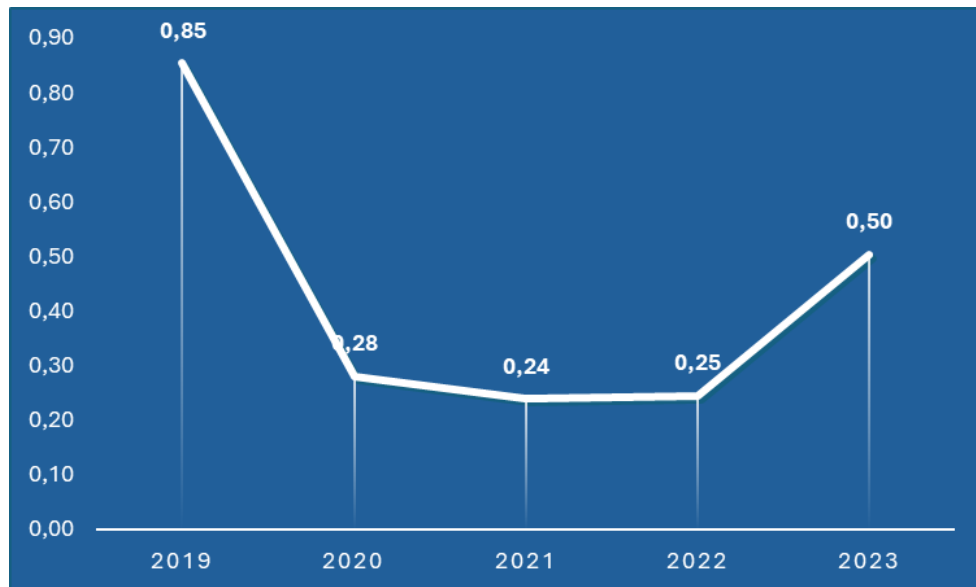
Investasi merupakan penempatan komitmen atas sejumlah dana guna mendapat keuntungan dimasa yang akan datang. Tujuan dari investasi sendiri adalah untuk mendapatkan *return* (keuntungan) yang didapat dari investasi sendiri. Bagi investor terdapat beberapa pertimbangan guna meletakkan memutuskan pilihan investasi. Oleh karena itu, sebelum investor melakukan investasi, perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi return saham, yang dimana suatu saat nanti dapat dijadikan patokan sebagai tolak ukur penentuan keputusan investasi (Pramitha dan Yuningsih, 2023).

Hal yang harus dipantau diantaranya adalah nilai transaksi dan volume transaksi, kapitalisasi pasar, jumlah emiten, juga Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Tujuan investor dalam melakukan transaksi saham adalah untuk memperoleh keuntungan (*return*) yang maksimal. Karena *return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga termasuk dalam imbalan atas keberanian investor menanggung resiko atas investasi yang telah dilakukannya (Tandelilin, 2021).

*Return* adalah aspek penting yang memotivasi investor untuk berinvestasi, namun risiko juga perlu diperhitungkan karena investor cenderung menghindari risiko yang terlalu besar. Untuk memahami investasi, penting untuk dapat mengukur risiko dan *return* (Adisetiawan, 2018; Polzin et al., 2019; Fuest & Meier, 2023). Investor memperhatikan dua pertanyaan penting saat memilih investasi, yaitu penentuan pengembalian yang diharapkan dan besarnya risiko yang harus ditanggung sebagai konsekuensi keputusan investasi. Investor tidak memiliki kepastian hasil yang akan diperoleh, sehingga harus memperhitungkan seberapa besar risiko yang harus ditanggung. Return saham dapat berupa *capital gain* dan *dividen*, namun investor tidak dapat memprediksi dengan pasti hasil investasinya (Fuest & Meier, 2023).

*Return* memungkinkan investor untuk membandingkan keuntungan aktual maupun keuntungan yang diharapkan yang disediakan oleh berbagai investasi pada tingkat pengembalian yang diinginkan. Di sisi lain, imbal hasil pun memiliki peran

yang signifikan dalam menentukan nilai dari suatu investasi (Yani, 2022). Berikut adalah kondisi rata-rata *return* saham pada sampel perusahaan *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 - 2023, yaitu:



Sumber : TICMI (data diolah penulis, 2024)

### Gambar 1.3 Data Return Saham Sektor *Consumer Cyclicals*

Berdasarkan grafik 1.3 diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan pada rata – rata *return* saham sektor *consumer cyclicals* Dalam periode 2019-2023, *return* saham mengalami lonjakan awal, diikuti penurunan tajam pada 2020 akibat pandemi COVID-19. Stabilisasi terlihat pada 2021, dengan sedikit pemulihan pada 2022 dan peningkatan signifikan pada 2023, mencerminkan perbaikan ekonomi dan kepercayaan investor.

Penurunan return saham di sektor consumer cyclical dalam beberapa tahun terakhir menjadi perhatian penting, terutama karena sektor ini sangat bergantung pada kondisi ekonomi makro dan perubahan perilaku konsumen. Fluktuasi Ekonomi Global dan Resesi Sektor consumer cyclical sangat rentan terhadap siklus ekonomi. Saat terjadi perlambatan ekonomi atau resesi, seperti yang terlihat selama pandemi COVID-19, pendapatan konsumen menurun, dan pengeluaran untuk

barang-barang non-esensial seperti produk mewah, otomotif, atau barang rekreasi mengalami penurunan signifikan. Hal ini secara langsung memengaruhi pendapatan perusahaan di sektor ini dan menyebabkan penurunan return saham (OECD, 2020).

Peningkatan Biaya Produksi dan Supply Chain Disruptions Krisis rantai pasokan yang terjadi selama dan setelah pandemi COVID-19 telah mempengaruhi berbagai industri, termasuk sektor consumer cyclical. Keterlambatan pengiriman, kenaikan biaya bahan baku, dan kekurangan tenaga kerja menyebabkan perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk produksi, yang pada akhirnya menurunkan profitabilitas dan return saham (McKinsey, 2021).

Kenaikan Suku Bunga dan Inflasi Peningkatan suku bunga oleh bank sentral sebagai respons terhadap inflasi yang tinggi dapat berdampak negatif pada sektor consumer cyclical. Suku bunga yang lebih tinggi meningkatkan biaya pinjaman, yang menekan pengeluaran konsumen, terutama untuk barang-barang tahan lama seperti mobil dan barang mewah. Hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan dan, akibatnya, penurunan return saham di sektor ini (Federal Reserve, 2022). Penurunan return saham di sektor consumer cyclical sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi makro, perubahan perilaku konsumen, gangguan rantai pasokan, dan kebijakan pemerintah. Urgensi penelitian ini adalah untuk memahami dinamika yang mempengaruhi sektor ini secara komprehensif, sehingga dapat membantu investor dan perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih baik di masa mendatang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Baker et al. (2020), pasar saham global mengalami volatilitas yang tinggi akibat pandemi COVID-19, dengan banyak perusahaan mengalami penurunan return yang signifikan. Hal ini sejalan dengan data pada grafik yang menunjukkan penurunan drastis pada tahun 2020. Seiring berjalannya waktu, dengan adanya berbagai stimulus ekonomi dan perbaikan kondisi kesehatan masyarakat, pasar mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan.

Selanjutnya, penelitian oleh Liu dan Wu (2022) menggarisbawahi pentingnya analisis data historis dalam memahami tren pasar dan mengelola risiko investasi. Grafik tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan pada awal pandemi, ada tanda-tanda pemulihan yang dapat dilihat dari peningkatan return pada tahun 2022 dan 2023. Ini menunjukkan bahwa pasar mulai menyesuaikan diri dan investor kembali percaya pada potensi pemulihan ekonomi.

Secara keseluruhan, grafik ini mencerminkan dinamika pasar saham yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti pandemi, serta menunjukkan proses pemulihan yang sedang berlangsung. Pengamatan terhadap data historis seperti ini penting bagi investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih bijak di masa depan.

*Return* saham dalam perhitungannya dapat dibedakan menjadi pengembalian saham realisasi dan pengembalian saham ekspektasi. Pengembalian saham realisasi adalah pengembalian yang telah terjadi dan dihitung berdasarkan data historis. Pengembalian ini penting karena tidak hanya digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja perusahaan tetapi juga sebagai dasar untuk menentukan pengembalian yang diharapkan di masa depan, yang digunakan untuk mengukur risiko.

*Return* saham realisasi memberikan gambaran mengenai seberapa baik kinerja perusahaan dalam memberikan keuntungan kepada para investornya. Dengan menganalisis data historis ini, investor dapat memahami pola dan tren kinerja saham dari waktu ke waktu. Hal ini sangat berguna untuk mengidentifikasi risiko yang mungkin terjadi di masa depan dan untuk menilai stabilitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Misalnya, menurut penelitian terbaru oleh Liu dan Wu (2022), analisis pengembalian saham historis dapat membantu investor dalam membuat keputusan investasi yang lebih baik dengan mengidentifikasi saham-saham yang memiliki kinerja stabil dan potensi pengembalian yang tinggi di masa depan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam

mengenai pengembalian saham realisasi dapat meningkatkan kemampuan investor dalam mengelola portofolio mereka dan meminimalkan risiko investasi.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi *return* saham perusahaan. Salah satu penyebab naik turunnya *return* saham adalah respon dan reaksi yang berbeda-beda dari setiap investor terhadap informasi-informasi yang terdapat di pasar (Pratama dan Idawati, 2019). Informasi-informasi ini dapat bersumber dari kondisi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, yang dapat dilihat dari pertumbuhan indikator makro ekonomi, seperti tingkat inflasi tingkat suku bunga, nilai tukar rupiah, dan bisa juga bersumber dari dalam perusahaan melalui publikasi laporan keuangan pada rasio keuangan, seperti rasio likuiditas yang di proksikan oleh *current ratio*, *leverage*, aktivitas, profitabilitas dan rasio lainnya.

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Besaran rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang jangka pendek. Di samping itu tingginya rasio likuiditas menunjukkan kecukupan dana perusahaan untuk kegiatan operasional dan pelunasan dividen (A. Putra dan Lestari, 2019: 4053). Jika perusahaan memiliki rasio likuiditas yang tinggi tentunya akan menarik atensi para investor, karena itu akan menjadi sinyal bagi investor bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan dapat menaikkan harga saham yang artinya nilai perusahaan juga meningkat. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Current Ratio* tidak dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi pada suatu perusahaan dan pada umumnya investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki laba tinggi .selain itu menurut (Sondakh 2019) bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Sedangkan Hasil penelitian Aryanti dkk (2016) dan Ajeng (2016) yang menyatakan *Current Ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *return* saham. Menurut (I Gusti Ngurah Agung Dharmaputra, Ni Wayan Rustiarini, 2022) & (Siti Khuswatun Khasanah, 2019) menyatakan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Gian (2011), Gunawan & Rizki (2014), dan Anita



(2014) yang menyatakan Current Ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham.

*Leverage* adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk melihat sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh pendanaan eksternal yang nantinya digunakan untuk meningkatkan keuntungan (Mahdalena, 2018). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan sig terhadap nilai perusahaan (Sutama & Lisa, n.d.) & (I Gusti Ngurah Agung Dharmaputra, Ni Wayan Rustiarini, 2022). Namun peneliti lain menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Farizki et al., 2021).

Menurut (Hasanah 2018) mengatakan bahwa profitabilitas dapat digunakan oleh manajer untuk mengevaluasi keputusan yang sudah diambil sudah tepat ataupun butuh adanya perbaikan. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Aisyah and Ermawati 2019) & (Sutama & Lisa, n.d.) sedangkan peneliti lain (Farizki *et.al.*, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang ROA dilakukan oleh Erik Setiyono dan Lailatul Amanah (2015) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham” menunjukkan hasil ROA tidak berpengaruh secara signifikan positif terhadap Return Saham. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nesa Anisa (2015) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham”, menunjukkan hasil ROA berpengaruh signifikan terhadap return saham.

Penelitian tentang MVA dilakukan oleh Nia Eka Sari (2022) yang berjudul “Pengaruh EVA, MVA, dan Beta Saham terhadap Return Saham” menunjukkan hasil MVA berpengaruh signifikan terhadap return saham. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartini dan Gatot Hermawan (2018) yang berjudul “Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Return Saham” menunjukkan hasil MVA tidak berpengaruh terhadap return saham.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Artaya (2014) yang meneliti pengaruh faktor ekonomi makro, risiko investasi dan kinerja keuangan terhadap return saham pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia, dimana hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel tingkat suku bunga berpengaruh positif signifikan terhadap return saham dan kurs rupiah berpengaruh tidak signifikan terhadap return saham .

Penelitian tentang Nilai Tukar pernah dilakukan oleh Tri Hendra Purnomo dan Nurul Widyawati yang berjudul “Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga, Dan Inflasi Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Properti” menunjukkan hasil nilai tukar berpengaruh terhadap return saham. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Suriyani dan Gede Mertha Sudiarta yang berjudul “Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Inflasi Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham Di Bursa Efek Indonesia” menunjukkan hasil Nilai Tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bambang Sudarsono dan Bambang Sudyanto (2016) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2014”, memberi kan hasil bahwa inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap return saham, namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Hendra Purnomo dan Nurul Widyawati (2013) yang berjudul “Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga, Dan Inflasi Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Properti”, menemukan bahwa inflasi tidak berpengaruh terhadap return saham.

Return saham dan nilai perusahaan adalah dua konsep yang saling berkaitan erat dalam dunia keuangan. Return saham merupakan tingkat pengembalian yang diperoleh investor dari investasi sahamnya, yang bisa berasal dari capital gain (kenaikan harga saham) atau dividen yang diterima. Nilai perusahaan, di sisi lain, mencerminkan keseluruhan nilai pasar dari suatu perusahaan dan sering diukur melalui kapitalisasi pasar atau nilai buku dari ekuitas perusahaan. Keterkaitan

antara return saham dan nilai perusahaan dapat dilihat dari bagaimana kinerja saham yang baik dapat meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Secara umum, peningkatan return saham menunjukkan bahwa investor memiliki ekspektasi positif terhadap prospek perusahaan di masa depan. Ketika perusahaan menunjukkan kinerja keuangan yang kuat, misalnya melalui peningkatan pendapatan atau laba bersih, harga saham cenderung naik. Kenaikan harga saham ini, pada gilirannya, meningkatkan kapitalisasi pasar perusahaan, yang merupakan ukuran langsung dari nilai pasar perusahaan. Dengan demikian, ada hubungan positif antara return saham yang tinggi dan peningkatan nilai perusahaan.

Selain itu, return saham juga mencerminkan efisiensi operasional dan manajemen perusahaan. Investor cenderung memberikan premi kepada perusahaan yang mampu memberikan return yang konsisten dan tinggi, karena ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dikelola dengan baik dan memiliki strategi bisnis yang efektif. Seiring waktu, perusahaan yang berhasil menjaga return saham yang tinggi akan mendapatkan reputasi baik di pasar, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini juga bisa mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengakses modal dengan biaya yang lebih rendah, sehingga memperkuat posisinya di pasar.

Nilai Perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa nilai suatu perusahaan di pasar dalam kategori baik dimana penilaian tersebut dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham sehingga apabila nilai perusahaan meningkat maka akan mempengaruhi *return* saham yang turut meningkat. Pengaruh Nilai Perusahaan terhadap *Return* Saham telah dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Khairunnisa (2016); (Kurniadi *et.al*, 2013).

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan maka, penelitian dilakukan untuk memilih dan melihat faktor - faktor terpilih pada variabel yang paling mempengaruhi return saham. Dengan begitu banyaknya faktor yang mempengaruhi return saham, saya tertarik untuk meneliti "**Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi**

## **Return Saham Serta Dampaknya Pada Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2023 (Studi pada sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia".**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Rumusan masalah memiliki arti sebuah rumusan yang menanyakan suatu kejadian atau fenomena yang ada, baik itu kedudukannya mandiri, atau pun kejadian atau fenomena yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Berikut adalah rumusan masalah dari penelitian tentang Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham Serta Dampaknya Pada Nilai Perusahaan Pada Sektor *Consumer Cyclicals* Periode Tahun 2019 - 2023 adalah :

1. Apa rasio yang terbentuk melalui PCA memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham ?
2. Apa rasio yang terbentuk melalui PCA memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?
3. Apa *return* saham memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?
4. Apa *return* saham merupakan variabel pemediasi (*intervening*) antara rasio-rasio yang terbentuk dari PCA terhadap nilai perusahaan ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian tentang Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham Serta Dampaknya Pada Nilai Perusahaan Pada Sektor *Consumer Cyclicals* Periode Tahun 2019 - 2023 :

1. Untuk mengetahui apakah rasio yang terbentuk melalui PCA memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham?
2. Untuk mengetahui apakah rasio yang terbentuk melalui PCA memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Untuk mengetahui apakah *return* saham memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?

4. Untuk mengetahui apakah *return* saham merupakan variabel pemediasi (intervening) antara rasio-rasio yang terbentuk dari PCA terhadap nilai perusahaan ?

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembacanya. Manfaat penelitian dapat dibagi menjadi 2 bagian, yaitu aspek teoritis dan aspek praktis. Berikut manfaat penelitian ini :

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dari aspek teoritis, yaitu:

1. Menambah wawasan bagi pembaca terhadap hasil penelitian faktor faktor yang mempengaruhi *return* saham serta dampaknya pada nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* periode tahun 2019 – 2023;
2. Menambah literatur tentang topik permasalahan faktor – faktor yang mempengaruhi *return* saham serta dampaknya pada nilai perusahaan;
3. Memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang *return* saham dan nilai perusahaan serta faktor faktor lain yang mempengaruhinya dan nantinya hasil penelitian dapat dibandingkan.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat dari aspek praktis, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan hal-hal apa saja yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

## 2. Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi investor untuk mengambil keputusan investasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab dengan pembagian sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, dan tujuan penelitian. Adapun dalam bab ini peneliti akan menguraikan manfaat dari penelitian yang terdiri dari aspek teoritis dan aspek praktis. Terakhir, peneliti akan menjelaskan bagaimana sistematika penulisan pada penelitian ini di bagian sistematika penulisan tugas akhir.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini akan memaparkan tinjauan pustaka yang terdiri dari teori-teori yang memperkuat penelitian, penelitian terdahulu yang memiliki hubungan terhadap topik penelitian, kerangka pemikiran, dan diakhiri dengan hipotesis peneliti.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini akan berisikan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan peneliti, serta penjelasan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini meliputi: jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan berisikan hasil dan pembahasan yang dijelaskan secara sistematis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sebelumnya sudah

dipaparkan peneliti. Terdapat dua bagian pada bab ini, yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua akan menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan mengemukakan analisis dan makna yang diambil peneliti terhadap hasil temuan penelitian. Selanjutnya, peneliti akan menyajikan saran dan rekomendasi untuk berbagai pihak, seperti pembuat kebijakan, pengguna hasil penelitian, dan peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti penelitian yang serupa.