

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal adalah suatu wadah yang memiliki berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang dapat diperdagangkan, seperti obligasi, saham, reksadana, serta instrumen derivatif dan jenis instrumen lainnya. Di Indonesia, pasar modal diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Bursa Efek Indonesia (BEI), atau dikenal sebagai Indonesian Stock Exchange (IDX), berperan dalam memfasilitasi dan mengatur mekanisme perdagangan efek bagi perusahaan yang telah *go public* di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, bursa efek didefinisikan sebagai lembaga yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana guna mempertemukan pihak-pihak yang melakukan penawaran jual dan beli efek, sehingga memungkinkan terjadinya transaksi di antara mereka. Selain sebagai tempat perdagangan efek, pasar modal juga memiliki fungsi penting dalam mendukung pendanaan bisnis serta menarik minat investor. Dana yang diperoleh melalui pasar modal dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal, dan berbagai keperluan lainnya.

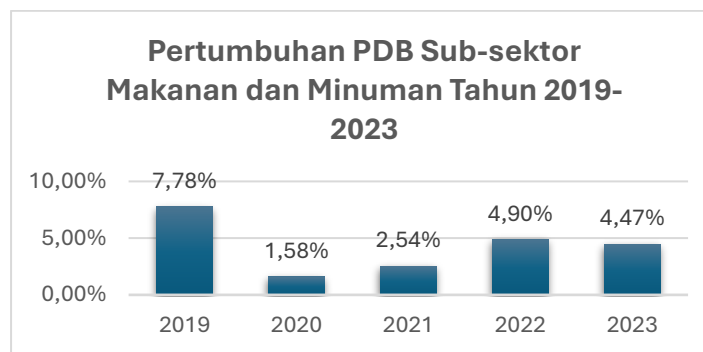
Mulai tanggal 25 Januari 2021, Bursa Efek Indonesia telah menerapkan klasifikasi sektor industri baru yaitu *Indonesia Stock Exchange – Industrial Classification* (IDX-IC). Dalam IDX-IC terdapat 4 tingkat klasifikasi yang terdiri dari 12 sektor, 35 sub-sektor, 69 industri, dan 130 sub-industri. Adapun 12 sektor tersebut adalah energi, barang baku, perindustrian, barang konsumen primer, barang konsumen non-primer, kesehatan, keuangan, properti & *real estate*, teknologi, infrastruktur, transportasi & logistik, produk investasi tercatat (idx.co.id, 2022). Sektor barang konsumen primer atau *consumer non-cyclical* adalah produk dengan permintaan yang cenderung stabil sepanjang waktu dan tidak dipengaruhi oleh perubahan ekonomi karena merupakan kebutuhan dasar masyarakat. Adapun sub-sektor yang tercakup dalam klasifikasi ini adalah *food and staples retailing, food and beverage, tobacco*, dan *non-durable household products*.

Dalam penelitian ini, objek yang dianalisis adalah perusahaan sub-sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan sub-sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan dianggap memiliki potensi daya tahan yang lebih baik terhadap fluktuasi ekonomi karena industrinya tergolong tahan banting dan tidak musiman sehingga menjadi sektor yang menarik untuk dianalisis oleh peneliti. Kebutuhan konstan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari menjadikan sub-sektor ini sebagai pasar yang menjanjikan untuk investasi jangka panjang. Wakil Menteri Perindustrian (Wamenperin) Faisol Riza menyampaikan bahwa realisasi investasi di sektor makanan dan minuman mencapai Rp110,57 triliun sepanjang tahun 2024, yang mencerminkan tingginya minat investor terhadap industri ini (Detik Finance, 2025). Tren positif tersebut berlanjut pada Triwulan I 2025, di mana total investasi telah mencapai Rp22,63 triliun. Capaian ini menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman terus menjadi pilihan utama investor, seiring dengan meningkatnya kepercayaan terhadap prospek jangka panjang industri ini di Indonesia (Antara, 2025).

Selain itu, permintaan yang terus tumbuh juga turut mendorong perkembangan sektor ini. Seiring bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan akan produk makanan dan minuman juga meningkat, sehingga menciptakan peluang pasar yang luas dan berkelanjutan bagi para produsen di industri ini. Pada tahun 2025, sektor ini mencatatkan pertumbuhan mencapai sekitar 6%, melampaui pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi positif dari perusahaan makanan dan minuman juga tercermin dalam Produk Domestik Bruto (PDB), yang menunjukkan peran signifikan sektor ini dalam menopang ketahanan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan (Liputan 6, 2025).

Di Indonesia, Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan indikator utama yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi. Sebagai bagian dari neraca nasional, PDB mencerminkan nilai pasar seluruh barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu wilayah selama periode tertentu. Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap PDB tergolong signifikan, meskipun mengalami

dinamika pertumbuhan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019-2023, sub-sektor makanan dan minuman dalam industri pengolahan non-migas masih memiliki kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dibanding sektor pengolahan lainnya. Pada tahun 2023, sektor ini berperan besar dengan menyumbang 39,10% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas serta 6,55% terhadap PDB nasional, menjadikannya sebagai salah satu sektor unggulan dalam perekonomian Indonesia. Selain itu, kinerja ekspor industri ini juga menunjukkan pencapaian yang luar biasa, dengan total nilai ekspor mencapai USD 41,70 miliar sepanjang tahun 2023 (Kemenperin, 2024).

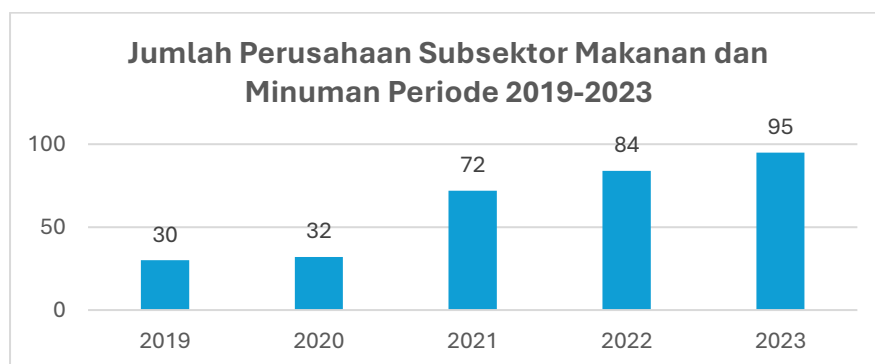


Gambar 1.1 Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2019-2023

Sumber: Badan Pusat Statistik (Data diolah penulis, 2025)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik yang ditampilkan pada Gambar 1.1, dapat terlihat bahwa sub-sektor makanan dan minuman mengalami fluktuasi signifikan dalam pertumbuhan PDB selama periode 2019-2023. Dampak paling besar terjadi pada tahun 2020, yang menjadi periode penuh tantangan, sehingga PDB sub-sektor ini mencapai titik terendah sebesar 1,58%. Penurunan ini disebabkan oleh pandemi COVID-19, yang mendorong pemerintah menerapkan berbagai kebijakan pencegahan, seperti pembatasan mobilitas, penutupan sementara bisnis, serta penerapan protokol kesehatan ketat untuk menekan penyebaran virus. Selain itu, melemahnya daya beli masyarakat kelas menengah ke bawah dan kecenderungan kelompok ekonomi atas untuk menunda pengeluaran selama pandemi juga sempat membuat industri ini lesu. Namun, pada tahun 2021, pertumbuhan sub-sektor ini mulai mengalami pemulihan, meskipun masih lebih

rendah dibandingkan tahun 2019, yaitu sebesar 2,54%. Hal ini didukung oleh pernyataan Direktur Industri Agro Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika, yang menyatakan bahwa industri makanan dan minuman tetap memiliki permintaan tinggi selama pandemi, karena masyarakat membutuhkan asupan bergizi untuk menjaga imunitas dan kesehatan tubuh mereka (Kemenperin, 2021). Peningkatan terus terjadi hingga tahun 2022-2023 hingga mencapai 4.90%, meskipun terdapat sedikit penurunan, perusahaan di sub-sektor makanan dan minuman tetap menunjukkan tren yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa sub-sektor makanan dan minuman memiliki daya adaptasi yang kuat dalam menghadapi perubahan pasar dengan menerapkan berbagai strategi inovatif.



Gambar 1.2 Jumlah Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2019-2023

Sumber: IDX-IC (Data diolah penulis, 2025)

Selain PDB yang selalu bernilai positif, Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah perusahaan di sub-sektor makanan dan minuman terus meningkat dari tahun 2019 hingga 2023. Peningkatan jumlah ini mencerminkan perkembangan pesat serta potensi yang kuat dalam industri tersebut. Lonjakan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2021, ketika jumlah perusahaan menjadi 72, atau lebih dari dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Tren peningkatan ini terus berlanjut hingga tahun 2023, dengan jumlah perusahaan yang tercatat pada industri makanan dan minuman mencapai 95, menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Beberapa faktor yang mendorong peningkatan ini antara lain meningkatnya permintaan konsumen, inovasi dalam pengembangan produk, serta konsep bisnis yang semakin menarik. Kondisi ini membuka peluang bagi

perusahaan untuk menarik minat pasar secara lebih luas. Hal ini semakin menegaskan bahwa perusahaan di sub-sektor makanan dan minuman memiliki peran penting dalam masyarakat serta potensi pertumbuhan yang prospektif, baik untuk saat ini maupun di masa depan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus terus beradaptasi dan merumuskan strategi manajemen yang efektif tidak hanya untuk mencapai profitabilitas, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Menurut Santiani (2018), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya, yang tercermin melalui harga saham. Tingginya harga saham berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan serta memperkuat kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga terhadap prospeknya di masa depan. Perusahaan yang telah *go public* dapat melihat bahwa nilai pasar saham ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di Bursa Efek Indonesia, yang mencerminkan hasil dari kebijakan manajemen perusahaan, kinerja perusahaan, serta informasi yang diungkapkan kepada publik (Rivandi, 2018). Dalam hal ini, teori sinyal menjadi relevan karena menjelaskan cara manajemen berupaya mengurangi asimetri informasi melalui penyampaian sinyal atau petunjuk kepada investor untuk menggambarkan prospek perusahaan di masa depan (Qotimah *et al.*, 2023). Ketidakseimbangan informasi terjadi karena manajemen memiliki akses lebih luas terhadap data internal dibandingkan pihak eksternal, yang dapat menyebabkan investor menilai perusahaan dengan lebih rendah jika informasi yang diterima terbatas. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan transparansi dengan menyajikan laporan keuangan yang akurat dan konsisten agar sinyal yang diterima investor lebih jelas, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian, memperkuat kepercayaan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Chairani, 2023).

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa rasio. Dalam penelitian ini, *Price to Book Value* (PBV) digunakan sebagai indikator utama untuk

mencerminkan nilai perusahaan. PBV adalah rasio yang mengacu pada perbandingan harga saham dengan nilai bukunya. Semakin tinggi nilai PBV suatu perusahaan, semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut. Pada umumnya, rasio PBV sering kali lebih besar dari 1, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai bukunya. Jika PBV lebih dari satu, maka menandakan bahwa perusahaan semakin sukses dalam menciptakan nilai. Sebaliknya, jika PBV kurang dari satu, perusahaan dianggap kurang baik karena nilai pasarnya lebih rendah dibandingkan nilai bukunya. Perusahaan dengan PBV di bawah satu menunjukkan bahwa harga sahamnya lebih murah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki PBV di atas satu (Enjelina *et al.*, 2024).

Dalam lima tahun terakhir, fluktuasi harga saham di sektor perusahaan makanan dan minuman di Indonesia mencerminkan dinamika pasar serta persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Salah satu fenomena signifikan terjadi pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) pada kuartal I 2020, di mana harga sahamnya anjlok 25,11% dari Rp 11.150 pada 2 Januari 2020 menjadi Rp 8.350 pada 23 Maret 2020, meskipun perusahaan mencatatkan kenaikan laba sebesar 10% pada tahun sebelumnya. Penurunan ini terjadi di tengah kepanikan investor terhadap dampak pandemi COVID-19, yang menyebabkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terpuruk 4,90% atau turun 205,43 poin ke level 3.989,52. Bahkan, penurunan drastis harga saham ICBP tersebut menyentuh ketentuan auto reject asimetris (ARA) sebesar negatif 7%. Ketua LP3M INVESTA, Hari Prabowo mengungkapkan bahwa kepanikan pasar saat itu membuat investor cenderung mengabaikan analisis fundamental, sehingga meskipun kinerja keuangan perusahaan masih positif, harga sahamnya tetap mengalami tekanan yang signifikan. Pada tahun 2019, ICBP mencatatkan pertumbuhan penjualan bersih sebesar 10% menjadi Rp 42,30 triliun, dengan laba usaha meningkat 15% menjadi Rp 7,40 triliun. Direktur Utama ICBP, Anthoni Salim, menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya memperkuat merek, mendorong inovasi produk, meningkatkan ekspor, serta melakukan diversifikasi bahan baku untuk mempertahankan daya saing.

Setahun setelah gejolak tersebut, saham ICBP menunjukkan pemulihan yang signifikan. Pada perdagangan Selasa, 23 Maret 2021, saham ICBP menguat 4,25% ke level Rp 9.200 per saham, didorong oleh laporan keuangan tahun 2020 yang positif. Saham ini sempat mencapai level tertinggi Rp 9.275 dan terendah Rp 9.100 per saham, dengan total frekuensi transaksi sebanyak 15.950 kali dan nilai perdagangan Rp 283,7 miliar. Kenaikan harga saham ICBP sejalan dengan pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan sepanjang tahun 2020. Berdasarkan laporan keuangan yang disampaikan ke Bursa Efek Indonesia (BEI), ICBP membukukan kenaikan penjualan bersih sebesar 10,27%, dari Rp 42,29 triliun pada 2019 menjadi Rp 46,64 triliun pada 2020. Laba usaha ICBP juga tumbuh 24,33% menjadi Rp 9,20 triliun. Hal ini berdampak pada peningkatan laba per saham dasar dari Rp 432 pada 2019 menjadi Rp 565 pada 2020. Dari sisi struktur keuangan, total ekuitas perusahaan meningkat signifikan dari Rp 26,67 triliun pada 2019 menjadi Rp 50,31 triliun pada 2020, serta total aset ICBP juga tumbuh pesat menjadi Rp 103,58 triliun pada 2020, dengan kas dan setara kas mencapai Rp 9,53 triliun. Perkembangan ini menunjukkan bahwa meskipun sempat mengalami tekanan akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020, ICBP berhasil membukukan pertumbuhan yang kuat dan mendapatkan kembali kepercayaan investor pada tahun berikutnya.

Fenomena selanjutnya terjadi pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), yang dalam tiga bulan pertama tahun 2020 juga mengalami dampak signifikan akibat pandemi COVID-19 serta berbagai kebijakan pembatasan sosial yang memengaruhi permintaan pasar. Harga saham PT Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) mengalami tekanan signifikan akibat penurunan kinerja keuangan pada kuartal I 2020. Pada perdagangan Selasa, 28 April 2020, saham MLBI merosot 2,05% atau turun 225 poin ke level Rp10.750. Sepanjang tahun berjalan, saham emiten produsen Bir Bintang ini telah anjlok hingga 30,65%, mencerminkan sentimen negatif pasar terhadap perusahaan. Penurunan ini sejalan dengan menurunnya profitabilitas dan penjualan perusahaan, yang berdampak pada nilai perusahaan, tercermin dari rasio PBV yang mencapai 13,31 kali per Maret 2020, mengindikasikan valuasi saham yang relatif mahal dibandingkan kinerja

keuangannya. Kinerja keuangan MLBI selama tiga bulan pertama tahun 2020 menunjukkan perlambatan yang tajam. Berdasarkan laporan keuangan per 31 Maret 2020 yang dirilis di laman Bursa Efek Indonesia (BEI), laba bersih perusahaan terjun 41,58% dari Rp239,5 miliar pada tahun sebelumnya menjadi Rp139,92 miliar. Dampaknya, laba per saham (*earnings per share*) juga ikut menyusut dari Rp114 menjadi Rp66 per saham. Penurunan yang signifikan juga terjadi di sisi penjualan bersih, di mana perusahaan hanya mampu membukukan pendapatan sebesar Rp627,35 miliar, turun 17,64% dibandingkan kuartal I 2019 yang mencapai Rp761,76 miliar.

Kejatuhan ini menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 dan pembatasan sosial yang membatasi aktivitas masyarakat berkontribusi besar terhadap merosotnya konsumsi minuman beralkohol dan berkarbonasi. Pembatasan mobilitas masyarakat mengurangi kunjungan ke tempat-tempat yang menyediakan minuman ini, sementara perubahan pola konsumsi selama pandemi turut menekan permintaan. Di sisi keuangan, liabilitas MLBI melonjak drastis 59,57% menjadi Rp2,79 triliun akibat pinjaman bank jangka pendek sebesar Rp1 triliun. Hal ini turut mendorong peningkatan aset perusahaan sebesar 40,79% menjadi Rp4,08 triliun, sementara ekuitas juga mengalami kenaikan sebesar 12,10% menjadi Rp1,28 triliun. Kas dan setara kas perusahaan pun melonjak 119,15% ke Rp1,53 triliun dibandingkan posisi akhir 2019 yang sebesar Rp698,18 miliar. Meskipun terdapat kenaikan dalam beberapa aspek keuangan, tekanan besar pada harga saham serta penurunan signifikan dalam laba dan penjualan menunjukkan bahwa MLBI menghadapi tantangan berat di tengah kondisi pasar yang lesu. Kinerja yang memburuk ini tidak hanya menekan harga saham, tetapi juga mempengaruhi valuasi perusahaan, di mana rasio PBV MLBI tetap tinggi di tengah kinerja yang terus melemah, membuat investor lebih berhati-hati dalam menilai prospek jangka panjang perusahaan.

Dari fenomena fluktuasi harga saham di sektor makanan dan minuman dalam lima tahun terakhir membuktikan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh pergerakan harga saham yang mencerminkan sentimen pasar dan ekspektasi investor. Ketidakpastian ekonomi dapat menyebabkan volatilitas harga saham yang

signifikan, bahkan ketika kinerja keuangan perusahaan masih positif. Sebaliknya, pemulihan harga saham sering kali terjadi seiring dengan peningkatan transparansi dan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Secara umum, nilai perusahaan bergerak seiring dengan fluktuasi harga sahamnya. Dengan adanya dinamika ini, perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk menjaga stabilitas harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang karena nilai tersebut berperan penting dalam mencerminkan kondisi perusahaan dan dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan, penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman.

Nilai perusahaan tidak terbentuk secara instan, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam prosesnya. Faktor-faktor tersebut adalah *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan yang dipilih oleh peneliti sebagai variabel penelitian terhadap nilai perusahaan. Alasan peneliti memilih *sales growth* karena pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja operasional perusahaan dan kemampuannya dalam meningkatkan pendapatan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi berpotensi meningkatkan profitabilitas dan menarik investor, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Green innovation* dipilih sebagai variabel karena inovasi berbasis keberlanjutan semakin diperhatikan oleh investor dan konsumen, terutama di tengah meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan dan dampak *global warming*. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih bertanggung jawab secara ekologis dengan menerapkan inovasi hijau yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing serta citra perusahaan di mata investor. Selanjutnya, *cash holding* dipilih karena jumlah kas yang dimiliki perusahaan mencerminkan strategi manajemen keuangan dalam menjaga likuiditas dan mengelola cadangan kas perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan peluang investasi, sehingga mempengaruhi kepercayaan pasar. Sementara itu, usia perusahaan dipilih karena mencerminkan pengalaman dan stabilitas perusahaan dalam industri. Semakin lama perusahaan berdiri, semakin besar kredibilitas dan reputasinya, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Maka dari itu, peneliti

menggunakan empat variabel tersebut untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dari aspek pertumbuhan, keberlanjutan, likuiditas, dan stabilitas, serta relevansinya dengan sektor industri yang diteliti.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *sales growth*. *Sales growth* mengacu pada peningkatan pendapatan perusahaan dari penjualan produk atau jasa dalam suatu periode tertentu, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan profitabilitas. *Sales growth* mencerminkan penerapan keberhasilan operasional perusahaan pada periode yang lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi untuk pertumbuhan perusahaan di masa depan (Widhiari & Merkusiwati, 2015). Informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang positif cenderung direspons baik oleh investor, yang mendorong kenaikan harga saham dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi juga memperkuat kepercayaan investor dengan mencerminkan kinerja yang sehat dan potensi keberlanjutan bisnis di masa depan, sehingga memperkuat posisi perusahaan di pasar (Fajriah et al., 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khoeriyah (2020) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan Saputri & Mutmainah (2024) yang menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat *sales growth* yang tidak diiringi dengan peningkatan pengembalian investasi berupa dividen kepada investor, sehingga tidak berkontribusi pada peningkatan laba yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Selain *sales growth*, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *green innovation*. *Green innovation* atau inovasi hijau mengacu pada upaya perusahaan dalam mengembangkan produk, proses, atau teknologi yang ramah lingkungan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Agustia et al., (2019), apabila perusahaan dapat menciptakan keseimbangan ekonomi dan keseimbangan lingkungan maka keberlanjutan perusahaan akan tercapai. *Green innovation* tidak hanya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, tetapi

juga merupakan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan (Tonay & Murwaningsari, 2022). Implementasi inovasi hijau dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damas *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yulianthari *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerapan *green innovation* memerlukan alokasi sumber daya keuangan yang cukup besar sehingga berpotensi mengurangi fleksibilitas keuangan perusahaan. Penurunan fleksibilitas ini dapat memaksa perusahaan untuk mengurangi atau bahkan menghentikan beberapa aktivitas produksi dan investasi yang sebenarnya dapat memberikan keuntungan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *cash holding*. Widianingrum & Dillak (2023) mendefinisikan *cash holding* sebagai jumlah uang tunai yang dipegang oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Mempertahankan tingkat kas yang tinggi sangat penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan peluang investasi potensial. Tanpa dana internal yang memadai, perusahaan yang bergantung pada pembiayaan eksternal dapat kehilangan kesempatan investasi yang berharga, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian, peningkatan *cash holding* tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam mengambil keputusan investasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan investor dan stabilitas operasional, yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi & Fernando (2021) yang menyatakan bahwa *cash holding* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Putri & Lisiantara (2022) yang menyatakan bahwa *cash holding* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar persediaan kas dan setara kas yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi pula risiko penyalahgunaan oleh manajemen.

Usia perusahaan juga merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Usia perusahaan mengacu pada waktu sejak awal berdirinya perusahaan sampai waktu yang tidak terbatas atau ditentukan Yumiasih & Isbanah (2017). Perusahaan yang lebih tua cenderung memiliki pengalaman dan reputasi yang lebih baik, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan stabilitas operasional, sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Citra positif di masyarakat dan asumsi kemampuan menghasilkan laba yang lebih tinggi membuat perusahaan yang telah lama berdiri lebih menarik bagi investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Meidiyustiani (2023) yang menyatakan bahwa usia perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi & Susanto (2022) yang menyatakan bahwa usia perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang sudah lama berdiri sering dianggap memiliki aset usang dan pertumbuhan profit yang lambat, sehingga mengurangi minat investor dan menurunkan nilai perusahaan. Seiring bertambahnya usia, perusahaan cenderung lebih kaku dan kurang mengikuti perkembangan, menyebabkan daya tariknya menurun serta melemahkan minat investasi.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi hasil penelitian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Sales Growth, Green Innovation, Cash Holding*, dan Usia Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan berupaya meningkatkan nilai perusahaan sebagai cerminan kinerja yang baik dan daya tarik bagi investor. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek bisnis yang menjanjikan, sehingga memperbesar peluang untuk mendapatkan investasi. Namun, fluktuasi harga saham yang terjadi akibat berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, strategi bisnis, dan kepercayaan investor, dapat menyebabkan perubahan nilai perusahaan. Sektor makanan dan minuman di Indonesia, yang dikenal relatif tahan terhadap ketidakstabilan ekonomi,

juga mengalami tantangan, terutama saat pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Meskipun sektor ini mampu bertahan, pembatasan sosial dan penurunan daya beli menyebabkan tekanan ekonomi yang menurunkan harga saham beberapa perusahaan, yang berimbas pada nilai perusahaan secara keseluruhan. Tingkat nilai perusahaan pada setiap perusahaan bervariasi, yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan. Fenomena ini menunjukkan perlunya pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah banyak dilakukan, namun hasil yang diperoleh masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lainnya tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan. Begitu pula dengan variabel *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan, di mana beberapa peneliti menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang sebaliknya. Inkonsistensi temuan ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait pengaruh keempat variabel tersebut terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperjelas hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut adalah rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apa hasil analisis deskriptif *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Apakah *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

3. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
4. Apakah *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
5. Apakah *cash holding* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
6. Apakah usia perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil analisis deskriptif *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh *cash holding* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

6. Untuk mengetahui pengaruh usia perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak berkepentingan yang terkait dengan topik penelitian, baik dari aspek teoritis maupun praktis. Berikut adalah manfaat penelitian dari kedua aspek tersebut:

1.5.1 Aspek Teoritis

a) Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang akuntansi, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini juga dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan tambahan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, serta membantu emiten dalam mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi yang mendukung keberlanjutan serta daya saing di pasar modal.

b) Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi tambahan dalam menilai prospek dan stabilitas perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Tugas akhir ini disusun dengan sistematika penulisan yang dirancang untuk

memberikan gambaran menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan. Penulisan ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

a) BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum, ringkas, dan padat mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023, latar belakang serta fenomena penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan. Selain itu, bab ini juga memuat perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori yang menjadi dasar penelitian, termasuk konsep nilai perusahaan, *sales growth*, *green innovation*, *cash holding*, dan usia perusahaan. Selain itu, bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, serta pengembangan hipotesis penelitian.

c) BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait dengan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian (perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023), definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan pembahasan temuan penelitian secara terstruktur. Dimulai dengan deskripsi hasil penelitian, analisis statistik deskriptif, hasil pengujian asumsi klasik, analisis model regresi, pengujian hipotesis, serta pembahasan mengenai pengaruh *sales*

growth, green innovation, cash holding, dan usia perusahaan terhadap nilai perusahaan.

e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh *sales growth, green innovation, cash holding*, dan usia perusahaan terhadap nilai perusahaan. Bab penutup ini juga memaparkan keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya dan implementasi praktis bagi perusahaan sub-sektor makanan dan minuman maupun pemangku kepentingan lainnya.

halaman ini sengaja dikosongkan