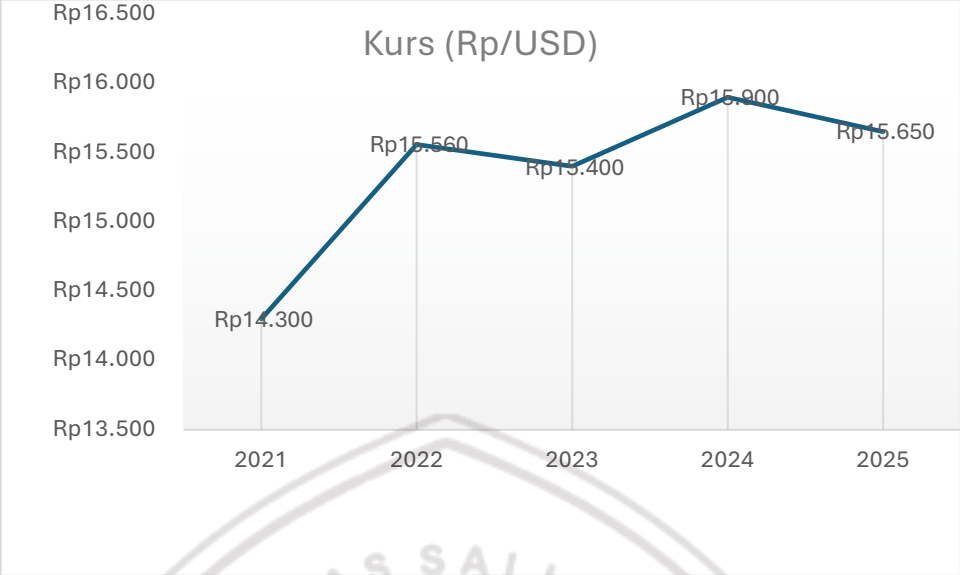
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian setelah pandemi COVID-19 yang dialami tekanan dari ketegangan antar negara telah menyebabkan kenaikan inflasi dan perubahan nilai tukar uang secara global. Tekanan ini langsung memengaruhi Indonesia, menyebabkan peningkatan biaya produksi bagi sektor industri barang konsumsi, terutama perusahaan yang membutuhkan bahan baku dari luar negeri. Peningkatan harga pembelian bahan baku ini langsung memengaruhi naiknya Biaya Pokok Penjualan (Cost of Goods Sold), yang bisa mengganggu kestabilan margin keuntungan perusahaan.

Tekanan makroekonomi ini tercermin kuat dari pergerakan nilai tukar domestik. Berdasarkan Gambar 1.1, pergerakan nilai tukar Rupiah terhadap Dolar AS selama periode 2021 hingga 2025 menunjukkan volatilitas yang signifikan, yang merefleksikan adanya tantangan makroekonomi yang harus dihadapi oleh emiten di pasar modal.



Gambar 1. 1 Pergerakan Nilai Tukar Rupiah terhadap USD
(Sumber: (Bank Indonesia, 2025); data diolah)

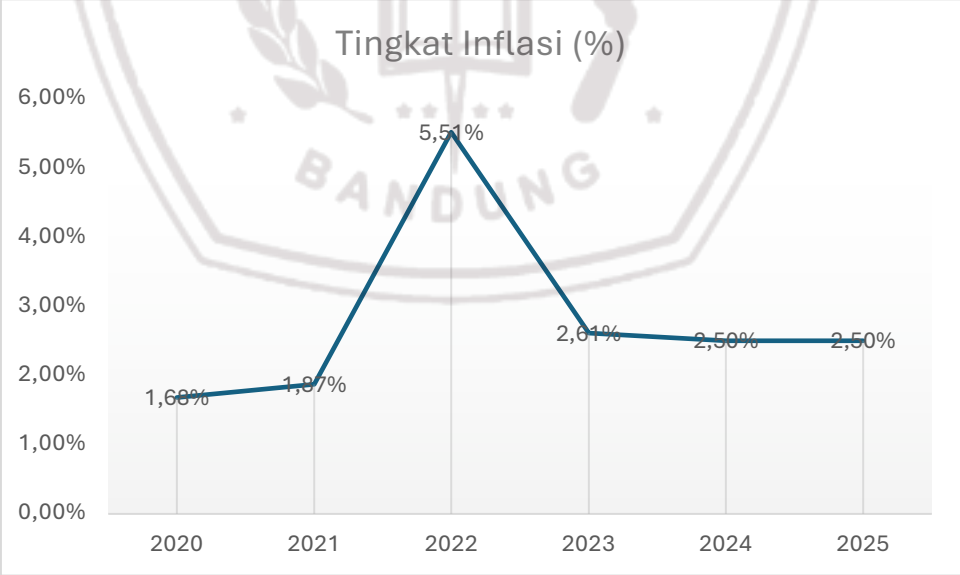
Tabel 1. 1 Pergerakan Nilai Tukar Rupiah terhadap USD

Tahun	Nilai Tukar (Rp / USD)	Keterangan
2021	Rp14.269	Stabilitas pra-tekanan global
2022	Rp15.560	Depresiasi tajam
2023	Rp15.416	Terkoreksi / Penyesuaian
2024	Rp15.900	Tekanan geopolitik memuncak
2025	Rp 15.650	Mulai bergerak stabil

Pada tahun 2021, nilai tukar tercatat pada level Rp14.269/USD, yang mencerminkan kondisi stabilitas relatif sebelum dimulainya siklus tekanan global. Namun, memasuki tahun 2022, terjadi depresiasi tajam yang memuncak di kisaran Rp15.560/USD akibat pengetatan kebijakan moneter global. Meskipun pada tahun 2023 nilai tukar sempat terkoreksi ke angka Rp15.416/USD, tekanan kembali

meningkat pada tahun 2024 hingga menyentuh level Rp15.900/USD akibat ketidakpastian kondisi geopolitik. Pada tahun 2025, nilai tukar mulai bergerak stabil di kisaran Rp15.650/USD, namun level tersebut tetap berada jauh di atas rata-rata kurs pra-pandemi. Secara struktural, pelemahan mata uang yang berkelanjutan ini menciptakan beban biaya produksi yang lebih tinggi, sehingga memaksa manajemen melakukan rekalibrasi strategi harga demi menjaga margin laba.

Selain volatilitas kurs, beban industri juga diperberat oleh lonjakan harga energi global yang mendorong inflasi domestik. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2025), tekanan nilai tukar yang dibarengi dengan kenaikan harga energi global telah mendorong inflasi tahunan Indonesia mencapai 5,51% pada akhir tahun 2022, yang merupakan salah satu tingkat inflasi tertinggi dalam beberapa tahun terakhir.



Gambar 1. 2 Tren Inflasi Tahunan Indonesia 2020–2025
(Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2025); data diolah)

Tabel 1. 2 Tren Inflasi Tahunan Indonesia 2020–2025

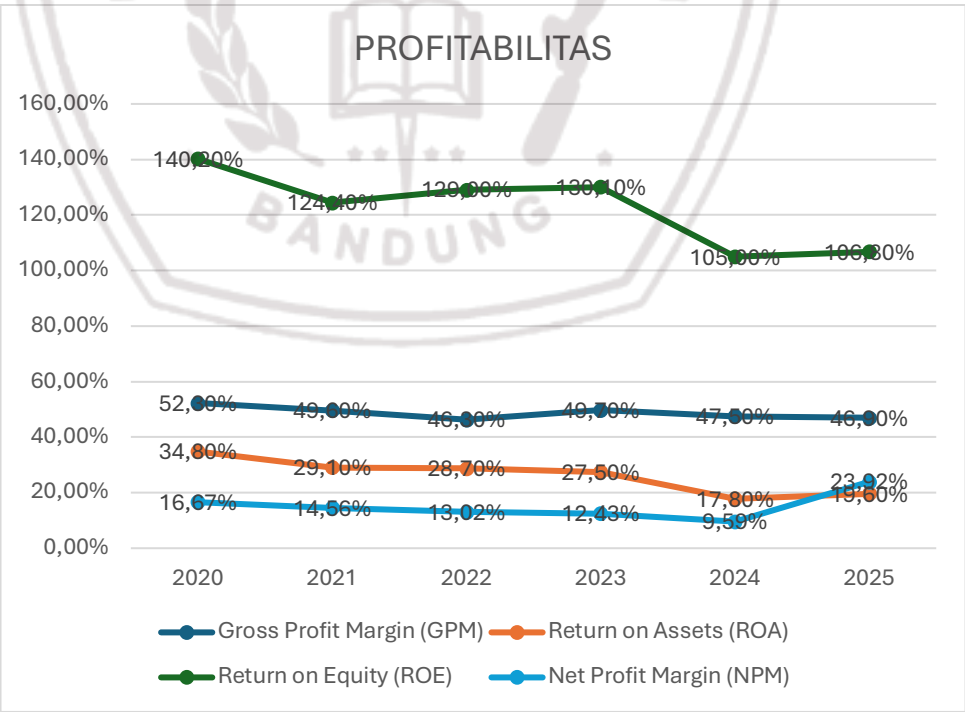
Tahun	Tingkat Inflasi (%)
2020	1,68%
2021	1,87%
2022	5,51%
2023	2,61%
2024	2,50%
2025	2,50%

Berdasarkan Gambar 1.2, lonjakan drastis yang terjadi pada tahun 2022 perlahan mulai melandai pada tahun 2023 ke level 2,61% dan terus bergerak stabil di kisaran 2,50% sepanjang tahun 2024 hingga 2025 berkat kebijakan moneter yang disiplin. Meskipun angka inflasi tahunan menunjukkan pola stabilisasi, penting dipahami bahwa harga-harga barang operasional telah terbentuk pada level baru yang lebih tinggi. Kondisi ini membuat pasar modal menjadi lebih sensitif, di mana investor semakin selektif menilai kemampuan perusahaan dalam melakukan efisiensi biaya tanpa mengorbankan daya saing.

Tekanan makroekonomi tersebut semakin diperparah oleh isu eksternal non-finansial berupa gerakan boikot terhadap sejumlah produk multinasional di Indonesia yang mencuat pada kuartal IV tahun 2023. Fenomena ini memberikan dampak langsung pada persepsi pasar dan kinerja operasional perusahaan. Fenomena ini memberikan dampak cukup besar pada persepsi pasar dan kinerja operasional perusahaan. Sebagaimana dilaporkan oleh (CNN Indonesia, 2023), sentimen boikot tersebut memicu tekanan pada harga saham PT Unilever Indonesia Tbk di Bursa Efek Indonesia, yang mencerminkan adanya koreksi nilai pasar akibat respon negatif investor. Lebih lanjut, dampak fundamental dari aksi ini terlihat pada

periode berikutnya, di mana (CNN Indonesia, 2024) mencatat bahwa penjualan PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan signifikan sebesar 15% sebagai dampak langsung dari sentimen tersebut. Dalam penelitian ini, isu boikot diposisikan sebagai konteks eksternal yang memperkuat alasan terjadinya fluktuasi pada laba kotor (GPM) dan penurunan valuasi pasar (PBV), meskipun tidak diukur sebagai variabel independen utama dalam model penelitian.

Untuk mengurai fenomena gangguan ekonomi tersebut pada fundamental perusahaan, perlu dilakukan tinjauan terhadap rasio profitabilitas. perlu dilakukan tinjauan terhadap rasio profitabilitas Menurut (Kasmir, 2019), rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan yang memberikan gambaran tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya.



Gambar 1. 3 Tren Rasio Profitabilitas (GPM, NPM, ROA, ROE) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)
(Sumber: Laporan Tahunan PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025))

Tabel 1. 3 Tren Rasio Profitabilitas (GPM, NPM, ROA, ROE) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)

Rasio	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Gross Profit Margin (GPM)	52,30%	49,60%	46,30%	49,70%	47,50%	46,90%
Return on Assets (ROA)	34,80%	29,10%	28,70%	27,50%	17,80%	19,60%
Return on Equity (ROE)	140,20%	124,40%	129,00%	130,10%	105,00%	106,80%
Net Profit Margin (NPM)	16,67%	14,56%	13,02%	12,43%	9,59%	23,92%

Berdasarkan Gambar 1.3, kinerja profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE) menunjukkan fluktuasi yang sejalan dengan tantangan ekonomi makro. GPM mengukur persentase laba kotor terhadap pendapatan, yang mencerminkan efisiensi biaya produksi atau *Cost of Goods Sold* (COGS). Rasio ini dianggap sangat baik jika berada di atas 40% untuk industri barang konsumen. *Gross Profit Margin* perusahaan tercatat di level tertingginya sebesar 52,30% pada tahun 2020, kemudian mengalami tren penurunan menjadi 49,60% pada tahun 2021 dan 46,30% pada tahun 2022 akibat tekanan beban produksi. Sempat bangkit ke level 49,70% pada tahun 2023, GPM kembali terkoreksi menjadi 47,50% pada tahun 2024 dan 46,90% pada tahun 2025. Secara keseluruhan, posisi *Gross Profit Margin* yang tetap stabil di atas 45% menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kendali yang sangat kuat terhadap efisiensi biaya bahan baku.

Net Profit Margin mengukur proporsi laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah pendapatan setelah seluruh beban dikurangkan. Rasio ini

dikategorikan sehat apabila berada di atas 15%, sementara nilai di bawah 10% menjadi sinyal peringatan bagi efisiensi operasional. *Net Profit Margin* perusahaan tercatat sebesar 16,67% pada tahun 2020, namun mengalami penurunan berturut-turut menjadi 14,56% pada 2021, 13,02% pada 2022, dan 12,43% pada 2023. Puncak tekanan terjadi pada tahun 2024 ketika rasio ini anjlok hingga menembus batas bawah zona aman di angka 9,59%, yang menunjukkan bahwa beban operasional dan sentimen pasar menekan profitabilitas dengan sangat parah. Namun secara luar biasa, perusahaan berhasil mencatatkan lonjakan NPM yang sangat signifikan hingga mencapai 23,92% pada akhir tahun 2025.

Return on Assets menilai efektivitas perusahaan dalam mendayagunakan seluruh total aset untuk menghasilkan laba bersih, dengan standar industri yang baik minimal berada pada level 10%. *Return on Assets* perusahaan menunjukkan tren penurunan selama lima tahun pertama, dimulai dari 34,80% pada tahun 2020, turun ke 29,10% pada 2021, 28,70% pada 2022, 27,50% pada 2023, hingga menyentuh titik terendahnya di angka 17,80% pada tahun 2024. Sejalan dengan perbaikan laba, rasio ini kembali menunjukkan pemulihan ke level 19,60% pada tahun 2025. Meskipun fluktuatif dan sempat turun tajam, secara absolut angka tersebut masih konsisten berada di atas standar industri 10%.

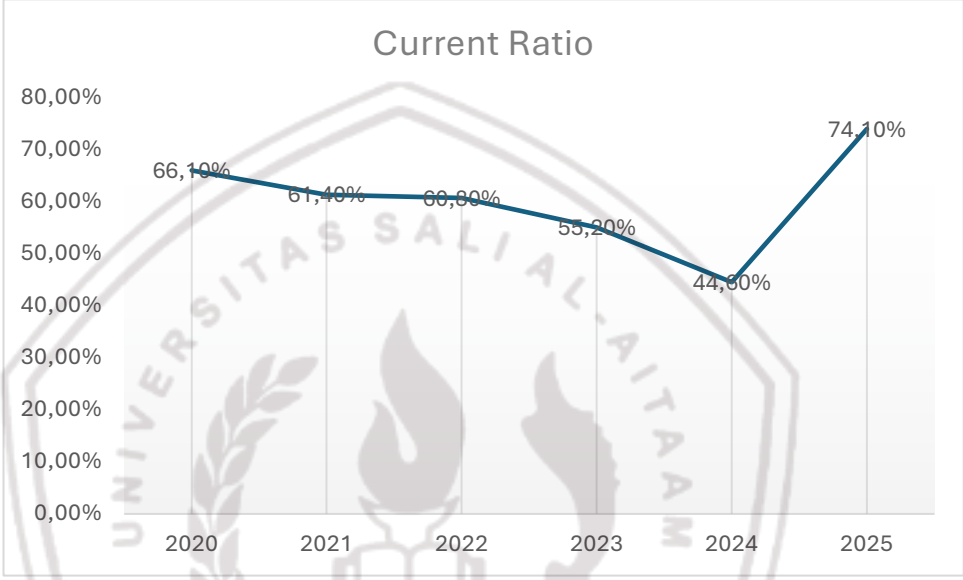
Return on Equity mengukur tingkat pengembalian laba bersih atas modal yang disetorkan pemegang saham, di mana angka di atas 20% dianggap sangat memuaskan bagi investor. *Return on Equity* perusahaan tercatat sangat tinggi pada tahun 2020 sebesar 140,20%. Meskipun sempat turun ke 124,40% pada tahun 2021,

rasio ini kembali menguat ke 129,00% (2022) dan 130,10% (2023). Koreksi paling drastis terjadi pada tahun 2024 di mana ROE merosot ke level 105,00%, sebelum akhirnya sedikit pulih menjadi 106,80% pada tahun 2025. Walaupun rasio ini berada jauh di atas standar rata-rata industri, volatilitas yang terjadi mencerminkan adanya dinamika yang cukup berat bagi perusahaan dalam menjaga stabilitas imbal hasil atas modal pemegang saham.

Keempat rasio di atas menegaskan adanya tantangan sekaligus resiliensi yang signifikan bagi manajemen. Meskipun laporan keuangan menyediakan berbagai indikator, peneliti secara spesifik memilih *Net Profit Margin* sebagai variabel independen utama. Pemilihan ini didasarkan pada argumen bahwa NPM merupakan indikator yang paling komprehensif memotret kemampuan perusahaan bertahan di tengah ketidakpastian. Merujuk pada Kasmir (2019), NPM yang ideal harus mampu dipertahankan secara stabil. Penurunan NPM yang terjadi berturut-turut hingga tahun 2024 membuktikan bahwa perusahaan sempat kehilangan efektivitas dalam mengendalikan beban operasional (*selling, general, and administrative*) terhadap pendapatannya.

Pemulihan drastis *Net Profit Margin* pada tahun 2025 memberikan perspektif analisis yang krusial. Lonjakan ini mengindikasikan bahwa untuk keluar dari tekanan erosi profitabilitas dan efek boikot pasar, manajemen tidak lagi bisa bertumpu sekadar pada efisiensi biaya lini produksi atau adu harga. Sebaliknya, hal ini menegaskan urgensi dan keberhasilan perusahaan dalam memprioritaskan strategi diferensiasi produk guna mengembalikan daya saing dan menembus

segmentasi pasar yang lebih tangguh. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai bagaimana fluktuasi profitabilitas berbasis diferensiasi ini berkontribusi secara langsung terhadap penilaian investor dan apresiasi nilai perusahaan di bursa saham.



Gambar 1. 4 Tren Rasio Likuiditas (CR, QR, Cash Ratio) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)

Tabel 1. 4 Tren Rasio Likuiditas (CR, QR, Cash Ratio) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)

Tahun	Current Ratio (%)
2020	66,1
2021	61,4
2022	60,8
2023	55,2
2024	44,6
2025	74,1

Berdasarkan Gambar 1.5, posisi likuiditas perusahaan yang diproyeksikan melalui *Current Ratio* (CR) merefleksikan kebijakan manajemen modal kerja yang sangat agresif. Sepanjang periode 2020–2025, CR perusahaan secara konsisten berada di tingkat defisiensi likuiditas yang sangat ketat. Rasio ini berawal di angka 66,10% pada tahun 2020, kemudian mengalami penyusutan berturut-turut menjadi 61,40% pada 2021, 60,80% pada 2022, 55,20% pada 2023, hingga anjlok ke titik terendahnya sebesar 44,60% pada tahun 2024. Meskipun pada tahun 2025 terjadi lonjakan perbaikan ke level 74,10%, tren angka yang secara persisten berada di bawah 100% ini mengonfirmasi bahwa perusahaan secara sengaja meminimalkan kas menganggur (*idle cash*) dan lebih memilih memutar modalnya secara maksimal pada aset operasional utama. Dalam perspektif *Signaling Theory*, pola likuiditas yang ketat namun konsisten ini mengirimkan sinyal ganda; di satu sisi menunjukkan efisiensi operasional yang tinggi melalui perputaran persediaan yang cepat, namun di sisi lain memberikan tekanan pada persepsi investor terhadap fleksibilitas perusahaan dalam merespons volatilitas ekonomi.

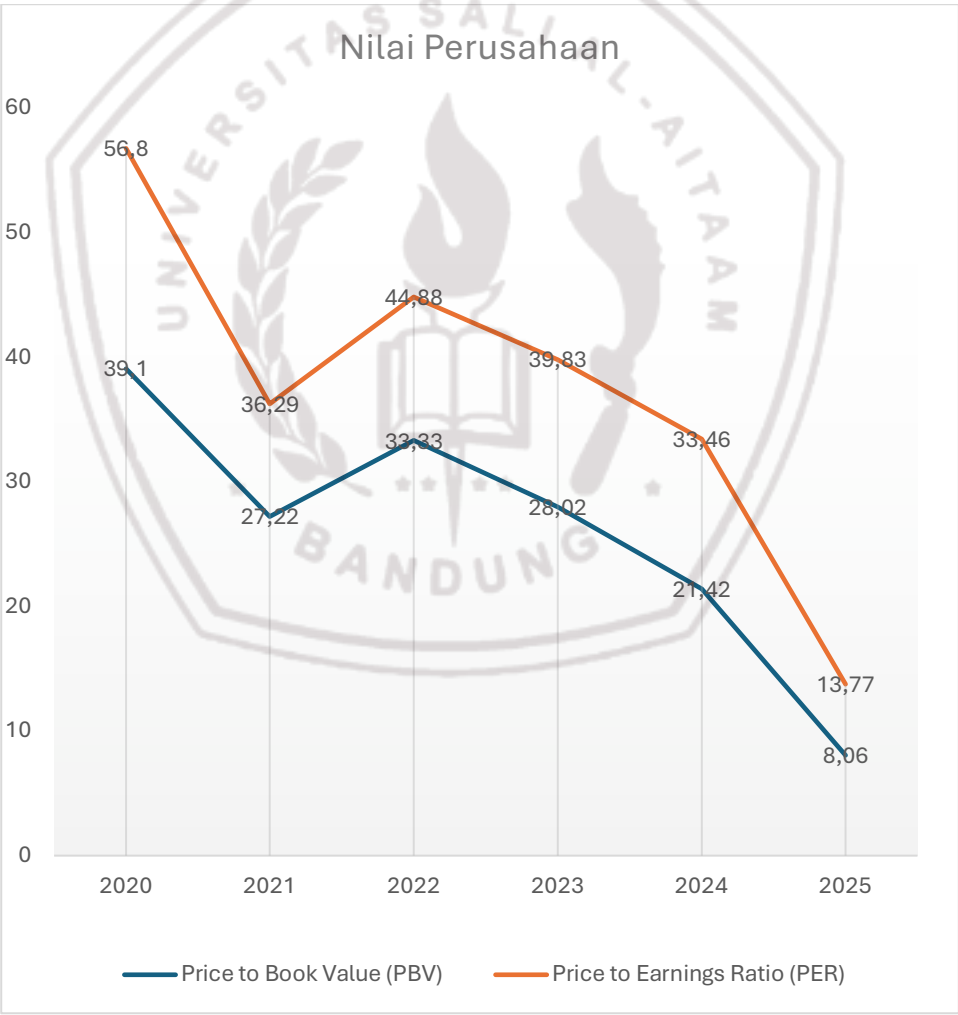
Meskipun terdapat indikator likuiditas lain, penelitian ini secara spesifik menetapkan *Current Ratio* (CR) sebagai variabel penelitian utama. Secara teoretis, menurut Kasmir (2019), standar *Current Ratio* yang dianggap baik dan aman bagi perusahaan umumnya berada di angka 200% (2,00 kali), sehingga rasio di bawah 100% (1,00 kali) sering kali diidentifikasi sebagai indikasi likuiditas yang berisiko tinggi. Namun, karena PT Unilever Indonesia Tbk bergerak di sektor *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) dengan karakteristik perputaran persediaan yang sangat cepat, *Current Ratio* tetap menjadi indikator paling komprehensif untuk menilai

kemampuan seluruh aset lancar termasuk persediaan yang menjadi tumpuan operasional dalam menjamin kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Kondisi defisiensi likuiditas yang terus berada di bawah standar aman ini menjadi sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam melihat bagaimana pasar merespons kebijakan agresif tersebut dan dampaknya terhadap valuasi perusahaan (*Price to Book Value*) selama periode 2020–2025.

Secara empiris, fluktuasi nilai perusahaan sangat bergantung pada seberapa baik manajemen mengelola keuangan internalnya. Dalam perspektif *Signaling Theory* (Ross, 1977), laporan keuangan berfungsi sebagai instrumen sinyal dari manajemen kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi mengenai prospek dan risiko perusahaan. Secara teoretis, tingkat profitabilitas yang optimal dan likuiditas yang terjaga seharusnya memancarkan sinyal positif yang mampu meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mencetak laba bersih (NPM) dan keberanian strategi dalam mengelola ketersediaan dana lancar yang ketat (CR) merupakan sinyal krusial yang digunakan investor untuk menilai ketahanan finansial emiten dalam menghadapi era suku bunga tinggi dan inflasi.

Ketidakpastian makroekonomi yang tercermin dari volatilitas kurs dan persistensi inflasi secara langsung memberikan tekanan pada Nilai Perusahaan di mata pasar modal. Bagi investor, nilai perusahaan mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja dan kemampuan fundamental emiten di masa depan.

Dalam mengamati fluktuasi kinerja PT Unilever Indonesia Tbk, pergerakan harga saham di pasar modal sering menjadi cerminan langsung atas respons investor terhadap setiap sentimen yang berkembang. Namun, di balik volatilitas harga pasar tersebut, terdapat indikator fundamental yang lebih stabil dan reflektif dalam menggambarkan nilai intrinsik perusahaan. Evaluasi mendalam mengenai valuasi internal ini diarahkan melalui rasio *Price to Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER).



Gambar 1. 5 Tren Valuasi Price to Book Value (PBV) dan Price Earning Ratio (PER) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)

(Sumber: Laporan Tahunan PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025))

Tabel 1. 5 Tren Valuasi Price to Book Value (PBV) dan Price Earning Ratio (PER) PT Unilever Indonesia Tbk (2020 s/d 2025)

TAHUN	Price to Book Value (PBV)	Price to Earnings Ratio (PER)
2020	39,1	56,8
2021	27,22	36,29
2022	33,33	44,88
2023	28,02	39,83
2024	21,42	33,46
2025	8,06	13,77

Nilai Perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) mengalami fluktuasi dan tren penurunan yang sangat tajam sepanjang periode pengamatan (2020–2025). Pada masa awal pandemi (2020), PBV tercatat sangat tinggi sebesar 39,1 kali, yang mencerminkan apresiasi pasar yang masih sangat besar. Nilai ini sempat terkoreksi ke 27,22 kali pada tahun 2021 sebelum mengalami pemulihan parsial ke posisi 33,33 kali pada tahun 2022. Namun, setelah periode tersebut, PBV secara konsisten mengalami penyusutan menjadi 28,02 kali pada tahun 2023, berlanjut turun ke 21,42 kali pada tahun 2024, hingga akhirnya anjlok drastis menyentuh titik terendahnya di angka 8,06 kali pada akhir tahun 2025. Koreksi nilai pasar yang ekstrem ini merupakan anomali yang sangat mencolok bagi entitas bisnis dengan reputasi fundamental berskala besar.

Di sisi lain, *Price Earning Ratio* (PER) sebagai indikator efisiensi harga terhadap laba juga menunjukkan pola kejatuhan valuasi yang selaras. Pada tahun 2020, PER perusahaan berada di level premium sebesar 56,8 kali. Meskipun sempat berfluktuasi ke 36,29 kali (2021) dan menguat kembali ke 44,88 kali (2022), rasio

ini terus merosot secara bertahap menjadi 39,83 kali pada 2023 dan 33,46 kali pada 2024. Puncak dari pesimisme pasar tercermin pada tahun 2025, di mana nilai PER jatuh bebas ke level 13,77 kali. Penurunan dramatis pada rasio PER ini mengindikasikan adanya pergeseran persepsi investor yang sangat masif; pasar kini memberikan penilaian yang sangat konservatif dan secara terbuka meragukan prospek pertumbuhan laba jangka panjang perusahaan di tengah ketidakpastian ekonomi. Penurunan simultan yang sangat tajam pada rasio PBV dan PER terutama anjloknya valuasi di tahun 2025 memberikan sinyal kuat bahwa fondasi kepercayaan pasar sedang diuji secara ekstrem, yang sekaligus menjadi landasan urgensi bagi penelitian ini untuk mengidentifikasi apakah efisiensi fundamental internal perusahaan (profitabilitas dan likuiditas) masih memiliki kekuatan untuk menopang valuasi, ataukah pasar sepenuhnya dikendalikan oleh tekanan sentimen eksternal.

Secara empiris, fluktuasi nilai perusahaan sangat bergantung pada seberapa baik manajemen mengelola keuangan internalnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhikmah dkk. (2025), Faizah Nurfithriyyah (2024), serta Elita Veronika Lumban Gaol (2023), yang secara konsisten membuktikan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mencetak laba (profitabilitas) dan menjaga ketersediaan dana lancar (likuiditas) merupakan sinyal krusial yang digunakan investor untuk menilai ketahanan finansial emiten.

Penelusuran terhadap hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan

dinamika temuan yang beragam. Terkait variabel profitabilitas, penelitian yang dilakukan oleh Nurhikmah dkk. (2025) serta Faizah Nurfithriyyah (2024) secara konsisten menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini secara empiris memperkuat pandangan bahwa kemampuan emiten dalam mencetak laba yang tinggi merupakan sinyal positif yang sangat diandalkan oleh investor dalam menilai prospek perusahaan. Meskipun profitabilitas terbukti memiliki pengaruh yang kuat, respons pasar terhadap fundamental internal ternyata tidak selalu seragam, terutama dalam hal pengelolaan aset lancar.

Ketidakkonsistenan temuan *(research gap)* yang mencolok justru ditemukan pada variabel likuiditas. Penelitian dari Elita Veronika Lumban Gaol (2023) dan Cici Asrifah (2024) membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menjamin keamanan investasi jangka pendek melalui ketersediaan kas sangat diapresiasi oleh pasar. Di sisi lain, sejumlah penelitian terbaru seperti yang dilakukan oleh Apriliana dkk. (2025) serta Ainun Nur Salsabila (2025) justru menemukan hasil yang bertolak belakang, di mana likuiditas terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa investor pada kondisi tertentu mungkin lebih memprioritaskan efisiensi operasional atau terpengaruh oleh sentimen eksternal dibandingkan sekadar melihat tingginya ketersediaan aset lancar semata.

Perbedaan arah temuan empiris dari berbagai penelitian terdahulu tersebut menegaskan adanya *research gap* yang krusial untuk diuji kembali, khususnya

pada periode yang ditandai oleh tekanan sentimen pasar yang fluktuatif serta isu-isu sosial ekonomi. Penelitian ini menjadi sangat penting karena penurunan nilai perusahaan (PBV) yang signifikan pada PT Unilever Indonesia Tbk mengindikasikan adanya pergeseran perilaku pasar. Hal ini memberi sinyal kuat bahwa persepsi investor saat ini tidak lagi hanya bersandar pada nama besar emiten, melainkan sangat sensitif dan bergantung pada efektivitas kinerja fundamental secara riil yang tercermin di dalam laporan keuangan.

Berpijak pada dinamika variabel fundamental dan anomali valuasi pasar di atas, PT Unilever Indonesia Tbk dipilih sebagai representasi yang ideal untuk penelitian ini. Sebagai perusahaan multinasional yang bergerak di sektor barang konsumsi dan dikenal sebagai saham *blue-chip*, perusahaan ini selama bertahun-tahun menjadi pilihan utama investor karena konsistensi pembagian dividennya.

Kondisi kontradiktif di mana nilai perusahaan (PBV) terkoreksi tajam justru di saat perusahaan sedang agresif mempertahankan operasi di tengah guncangan inflasi dan tekanan boikot menjadikannya objek penelitian yang tepat. Hal ini penting untuk membuktikan apakah variabel fundamental keuangan internal masih memiliki kekuatan prediktif terhadap nilai perusahaannya, ataukah faktor-faktor psikologis pasar kini jauh lebih dominan.

Melalui pengujian pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan empiris mengenai sejauh mana indikator internal mampu membentengi nilai pasar perusahaan di tengah guncangan eksternal. Dengan demikian, hasil penelitian ini

dapat menjadi referensi strategis bagi investor dalam menilai ketahanan emiten *blue-chip* di masa depan. Berdasarkan seluruh uraian fenomena dan permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul: "**Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2020 s/d 2025**"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Gross Profit Margin (GPM) mengalami fluktuasi dari level tertingginya 52,30% (2020), merosot ke 46,30% (2022), sempat naik ke 49,70% (2023), dan terkoreksi menjadi 46,90% (2025). Secara keseluruhan posisinya tetap stabil di atas 45%, yang menunjukkan kuatnya kendali perusahaan terhadap efisiensi biaya bahan baku di tengah ketidakpastian.
2. Return on Assets (ROA) mencatatkan tren penurunan yang konsisten selama lima tahun pertama dari 34,80% (2020) hingga menyentuh titik terendah 17,80% (2024), sebelum sedikit pulih ke 19,60% (2025). Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan laba sempat kesulitan mengimbangi nilai investasi aset yang tertanam.
3. Return on Equity (ROE) mengalami penyusutan dari 140,20% (2020), turun drastis ke 105,00% (2024), dan sedikit membaik di level 106,80% (2025), yang mencerminkan adanya dinamika berat bagi manajemen dalam

menjaga stabilitas imbal hasil atas modal yang disetorkan oleh para pemegang saham.

4. Net Profit Margin (NPM) menunjukkan tren pelemahan berturut-turut dari 16,67% (2020) hingga menembus batas bawah aman di 9,59% (2024) akibat tekanan beban operasional. Namun, rasio ini melonjak secara anomali ke tingkat 23,92% (2025) sebagai hasil dari pergeseran fokus manajemen yang lebih memprioritaskan eksekusi strategi diferensiasi produk guna mempertahankan daya saing di pasar.
5. Current Ratio (CR) menunjukkan adanya defisiensi aset lancar yang sangat ketat, terlihat dari rasionya yang merosot dari 66,10% (2020) ke titik terendah 44,60% (2024), dan berada di level 74,10% (2025). Angka yang secara persisten berada jauh di bawah standar aman 100% (1,00 kali) ini secara gamblang merefleksikan penerapan kebijakan manajemen modal kerja yang sangat agresif dalam memenuhi utang jangka pendeknya.
6. Price Earning Ratio (PER) mengalami tren penurunan dan kejatuhan valuasi yang sangat drastis, bergerak turun dari level premium 56,8 kali (2020) hingga anjlok ke titik terendahnya di 13,77 kali pada tahun 2025. Hal ini menjadi sinyal bahwa pasar memberikan penilaian yang semakin konservatif dan pesimistis terhadap prospek perusahaan.
7. Price to Book Value (PBV) sebagai indikator valuasi pasar utama mengalami koreksi ekstrem, anjlok dari 39,1 kali (2020) menjadi hanya 8,06 kali pada akhir tahun 2025, mencerminkan terkikisnya apresiasi dan kepercayaan investor secara masif terhadap fundamental perusahaan.

8. Terdiri dari gap fenomena berupa anomali di mana koreksi valuasi pasar (PBV dan PER) justru anjlok ke titik terendahnya pada tahun 2025, tepat pada saat perusahaan berhasil mencetak lonjakan laba (NPM) yang didorong oleh strategi diferensiasi produk. Serta terdapat research gap yang dilatarbelakangi oleh ketidakkonsistenan hasil temuan penelitian terdahulu mengenai signifikansi pengaruh fundamental internal (profitabilitas dan likuiditas) terhadap nilai perusahaan di tengah guncangan sentimen eksternal.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, agar penelitian ini lebih terarah, mendalam, dan tidak meluas pada aspek di luar fokus kajian, maka peneliti membatasi masalah penelitian hanya pada proksi berikut:

1. *Net Profit Margin* (NPM) pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
2. *Current Ratio* (CR) pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
3. *Price to Book Value* (PBV) pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana Profitabilitas pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?

2. Bagaimana Likuiditas pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?
3. Bagaimana Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?
4. Bagaimana arah dan besaran pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?
5. Bagaimana arah dan besaran pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?
6. Bagaimana arah dan besaran pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025?

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Profitabilitas pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
2. Untuk mengetahui bagaimana Likuiditas pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
3. Untuk mengetahui bagaimana Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
4. Untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.

5. Untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.
6. Untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2020 s/d 2025.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

1. Sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya mengenai keterkaitan antara kinerja keuangan internal (Profitabilitas dan Likuiditas) dengan penilaian pasar (Nilai Perusahaan).
2. Sebagai rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama dalam memahami perusahaan *blue-chip* di masa pasca-pandemi.
3. Memberikan kontribusi empiris terhadap penguatan *Signaling Theory* (Teori Sinyal) dalam menjelaskan pengaruh publikasi laporan keuangan terhadap persepsi investor.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Manajemen Perusahaan (PT Unilever Indonesia Tbk): Memberikan masukan dalam mengevaluasi efektivitas pengelolaan laba, aset lancar, dan struktur utang agar tetap mampu menjaga kepercayaan pasar dan meningkatkan nilai saham di masa depan.

2. Bagi Investor dan Calon Investor: Sebagai bahan pertimbangan dan analisis fundamental dalam mengambil keputusan investasi (beli, jual, atau tahan) pada saham sektor barang konsumsi berdasarkan rasio-rasio keuangan yang signifikan.
3. Bagi Peneliti: Menambah wawasan dan kemampuan dalam membedah laporan keuangan riil serta mengasah ketajaman analisis terhadap fenomena yang terjadi di pasar modal Indonesia.