

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang, maupun tujuan jangka pendek. Salah satu tujuan jangka panjang yang harus dicapai oleh perusahaan adalah mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham, sedangkan tujuan jangka pendek perusahaan salah satunya adalah memaksimalkan laba perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan *go-public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana & Mustanda, 2016). Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2010). Nilai perusahaan dapat dilihat berdasarkan harga saham suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan.

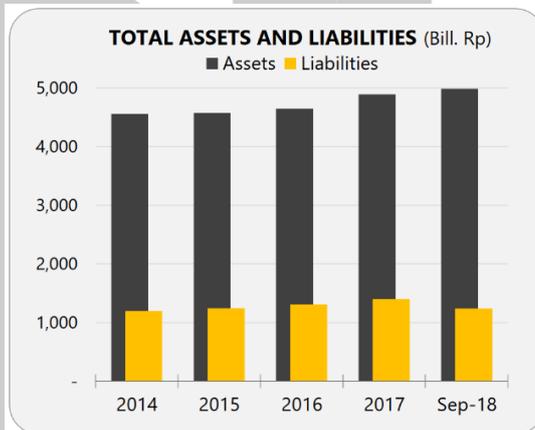
Nilai perusahaan merupakan bentuk pencapaian perusahaan yang berasal dari kepercayaan suatu individu atau kelompok terhadap kinerja perusahaan yang akan memberikan pengaruh terhadap persepsi investor yang nantinya akan mempengaruhi harga saham. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Keberhasilan manajemen perusahaan dapat di nilai dari kemampuan perusahaan dalam mensejahterakan para pemegang sahamnya, selain itu nilai perusahaan juga dapat dilihat dari harga saham yang

stabil dan cenderung mengalami kenaikan dalam jangka waktu yang lama. Oleh karena itu nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Perusahaan retail menjadi salah satu sektor usaha yang terperosok paling dalam akibat pandemic covid-19. Sejumlah perusahaan retail dikabarkan mengalami kerugian, bahkan tidak sedikit yang menutup usahanya.

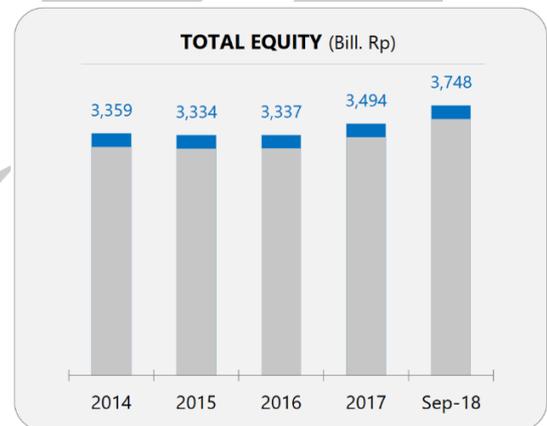
Berdasarkan penjelasan yang diberitakan oleh kontan.co.id pada Selasa, 23 Maret 2021 terdapat beberapa pengusaha retail yang menghadapi gugatan pailit atau permohonan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU). Secara keseluruhan antara 2015-2020 bisnis ritel mengalami penurunan drastis akibat pandemic covid-19, dimana pada tahun 2015-2018 bisnis retail cenderung stabil, namun 2019-2020 omset merosot drastis. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Nicholas Mandey mengatakan “Secara kalkulasi kita masih minus, namun sudah membaik. Menurut catatan Hippindo, pada tahun 2020 omzet peretail turun dengan range yang bervariasi. Untuk kategori supermarket atau hypermarket, omzet bias merosot hingga 20%-30%. Untuk segmen fashion bisa lebih dari 50%, begitu juga pada kategori *department store*. Melihat kondisi perusahaan retail di Indonesia yang kurang stabil dalam beberapa tahun terakhir, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan. Nilai perusahaan tidak dapat digambarkan dengan hanya melihat harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to*

book value (PBV). (Brigham & Houston, 2010 p. 115) menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi nilai PBV maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari para pemegang saham, sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu tujuan perusahaan telah tercapai. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: struktur modal, *leverage*, dan ukuran perusahaan (Setia, 2008).



Gambar 1.2
ASSET LIABILITAS RAMAYANA



Gambar 1.1
EKUITAS RAMAYANA

Melihat pada data www.idx.co.id, tercatat Asset Ramayana Lestari Sentosa Tbk dari tahun 2014-2018 relatif stabil, yakni berkisar antara Rp.4000 milyar–Rp. 5000 Miliar. Liabilitas Ramayana Lestari Sentosa Tbk dari tahun 2014-2018 juga relatif stabil, berkisar antara Rp.1000 Miliar. Dilihat dari sisi ekuitas Ramayana Lestari Sentosa Tbk dari tahun 2014-2018 relatif stabil, dimana ekuitas tertinggi terjadi pada tahun 2018 yang menyentuh nominal Rp. 3,748 Miliar, dimana hal tersebut membuktikan bahwa Ramayana Lestari Sentosa Tbk memiliki cukup banyak investor jika dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan Ramayana Lestari Sentosa Tbk cenderung baik. Namun, bisnis ritel di Indonesia banyak mengalami penurunan harga saham dikarenakan dampak dari adanya pandemic Covid-19. Ramayana Lestari Sentosa Tbk adalah satu perusahaan retail yang terdampak cukup signifikan. Pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa Tbk tercatat liabilitas Ramayana Lestari Sentosa Tbk turun 3,33% dari posisi akhir tahun lalu sebesar Rp.1,56 triliun kini menjadi Rp.1,51 triliun. Asset Ramayana Lestari Sentosa Tbk terkoreksi sedikit turun menjadi Rp.5,14 triliun dari posisi akhir tahun lalu sebesar Rp.5,28 triliun, tercatat jumlah kas dan setara kas turun menjadi Rp.1,06 triliun. Perusahaan Ramayana Lestari Sentosa Tbk mengalami penurunan harga saham dan mengalami krisis keuangan, dimana hal tersebut disebabkan salah satunya adalah akibat dari adanya dampak pandemic covid-19 yang menyebabkan turunnya nilai dari perusahaan tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori agensi (*agency theory*). Teori agensi (*agency theory*) menurut R.A Supriyono (2018:63) yaitu hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana principal memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan yang terbaik bagi principal dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban perusahaan. Pihak manager sebagai agen harus dapat menjalankan suatu perusahaan dengan berbagai pengambilan keputusan terbaik untuk meningkatkan kekayaan pihak prinsipal yaitu pemegang saham. Fungsi dari teori agensi adalah

untuk memperkuat variabel struktur modal, ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan *leverage* dengan nilai perusahaan.

Struktur modal merupakan kunci dari kinerja perusahaan dan perbaikan produktivitas. Struktur modal menyebutkan bahwa ketika struktur modal berada di atas garis optimal, ketika pertumbuhan liabilitas terjadi maka menyebabkan nilai perusahaan menurun (Myers & Majluf, 1984). Dalam Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut (Jensen dan Meckling, 1976). Dimana dalam perusahaan principal adalah pemegang saham dan agenliabilit adalah manajer. Jensen dan Meckling (1976), menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah kontrak antara manajer (agen) dan pemegang saham (principal). Dalam menentukan target struktur modal yang optimal, dituntut peran dari manajemen perusahaan, dimana perusahaan harus dapat mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Struktur modal menggambarkan pembiayaan permanen perusahaan yang terdiri atas utang jangka panjang dan modal sendiri (Farah Margaretha, 2004). Pendanaan dari penggunaan liabilitas memiliki kelemahan serta kelebihan. Kelemahan penggunaan liabilitas sebagai salah satu sumber pendanaan terletak pada munculnya biaya keagenan dan biaya kepailitan, sedangkan kelebihan dari penggunaan liabilitas sebagai sumber pendanaan adalah diperolehnya pengurangan pajak karena pembayaran bunga liabilitas. Berbagai penelitian telah dilakukan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai

perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Velnampy & Niresh, 2012) membuktikan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Kesimpulan tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Eli (2008) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total asset, jumlah penjualan, nilai saham, dan sebagainya (Widiastari & Yasa, 2018). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah asset perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal. Penjelasan tersebut didukung oleh *agency theory*, teori tersebut menjelaskan bagaimana manajemen mengelola suatu perusahaan perusahaan, selain itu informasi laporan keuangan yang berkualitas yang harus disajikan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Martini et al. (2014), Moeljadi (2014), (Pratama & Wiksuana, 2016) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rai Prastuti & Merta Sudiartha, 2016) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan

dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar nilai perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan, baik pendanaan internal maupun eksternal.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba. Cara yang digunakan perusahaan dalam melangsungkan aktivitas operasinya, entitas harus berada dalam keadaan yang menguntungkan, karena tanpa adanya keuntungan perusahaan akan sulit untuk menarik modal dari luar, hal tersebut sejalan dengan *agency theory*. Perusahaan yang memiliki tingkat *profitabilitas* yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sehingga, dengan demikian *profitabilitas* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rasyid (2015) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meidiawati dan Mildawati (2016), Wijaya dan Sedana (2015), Sinarmayarani dan Suwitho (2016), Putra dan Lestari (2016), Pertiwi et al (2016), Wahyudi (2016), serta Denziana dan Monica (2016) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Maryanti Rahayu dan Bida Sari (2018) dimana hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *profitabilitas* (ROE) dengan nilai perusahaan.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun jangka Panjang. Sumber pendanaan perusahaan dapat berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber pendanaan yang perusahaan juga dapat diperoleh dari luar perusahaan misalnya liabilitas dan penerbitan saham.

Penggunaan liabilitas diharapkan perusahaan akan mendapat pandangan positif dari pihak eksternal. Oleh karena itu, liabilitas merupakan tanda atau sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2011). Pentingnya penggunaan liabilitas dalam meningkatkan kinerja perusahaan dikemukakan *agency theory* dari Jensen and Meckling yang menjelaskan bahwa penetapan struktur modal perusahaan sangat berhubungan dengan kebijakan deviden. Nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan nilai *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa & Wahyudi, 2011). Penggunaan liabilitas yang terlalu banyak dikatakan tidak baik karena dikhawatirkan akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ramdan (2015), (Kouki & Said, 2011), Febrianti (2012), (Pratama & Wiksuana, 2016) menunjukkan hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Hartono *et al.* (2013), Kodongo *et al.* (2014) memperoleh hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan namun negative terhadap nilai perusahaan, namun penelitian yang dilakukan oleh Prastika (2012) mendapatkan hasil bahwa *leverage* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Era globalisaisasi, banyak perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, salah satunya pada perusahaan retail. Hal tersebut menyebabkan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan adanya suatu persaingan antar perusahaan retail. Dengan adanya persaingan antar perusahaan retail membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja atau nilai perusahaan agar dapat

mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan retail merupakan salah satu jenis perusahaan yang terdampak fenomena covid-19 cukup besar, oleh karena itu banyak perusahaan retail berlomba-lomba mempertahankan nilai perusahaannya.

Berdasarkan fenomena dan juga *riset gap* yang sudah dijelaskan penelitian ini penting untuk dilakukan, penulis bermaksud untuk mengkaji ulang empat rasio dalam penelitian mengenai: **“PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN, STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN RETAIL YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2020”**

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020 ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020 ?
3. Apakah *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020 ?
4. Apakah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020
2. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020
3. Menganalisis pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020
4. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat bagi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai apa saja faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Manfaat bagi perusahaan dan calon investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.
3. Manfaat bagi perguruan tinggi dan pihak-pihak lainnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur dan dijadikan menjadi referensi dan tambahan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sebagai pedoman dalam penelitian ini, dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar didalam melakukan pembahasan yang telah dikemukakan, penelitian terdahulu, dan juga kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai prosedur penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran dan analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan membahas mengenai gambaran subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian dan juga data yang sudah diolah bdengan menggunakan alat uji statistik untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak serta dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab penutup dari penulisan skripsi ini menyimpulkan hasil dari analisis yang telah dilakukan. Disamping itu disertakan pula beberapa keterbatasan dari penelitian ini serta saran yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.