

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini, sektor bisnis berkembang luas dan cepat. Hal ini bisa dilihat dari beberapa perusahaan yang mempunyai keunggulan kompetitif yang kuat. Dengan munculnya berbagai perusahaan tersebut dapat menimbulkan pesaing-pesaing bisnis dan mengakibatkan terjadinya dinamika bisnis yang tidak stabil. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan yang tetap bertahan dengan memerlukan berbagai pendanaan untuk mempertahankan perusahaannya sendiri. Salah satu cara untuk dapat tetap bersaing yaitu dengan menaikkan *value* atau nilai perusahaan bagi investor agar menarik perhatian para investor untuk melakukan investasi, salah satu perusahaan yang diminati oleh investor yaitu perusahaan yang *go public* dan memiliki nilai perusahaan yang baik.

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik maupun pemegang sahamnya. Ketika perusahaan berhasil mencapai tingkat laba yang tinggi, ini menunjukkan bahwa kinerja dan manajemen perusahaan bekerja dengan baik, sehingga membawa dampak yang baik bagi harga saham. Harga saham tersebut menjadi tolak ukur dari nilai perusahaan (Chairani & Fitria, 2023).

Nilai perusahaan sangat penting bagi investor karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap perusahaan. Dengan nilai perusahaan yang tinggi, investor akan merasa lebih puas atas investasi yang ditanamkan di perusahaan karena dapat memberikan *feedback* yang baik bagi pemegang saham dan perusahaan. Investor mengharapkan pengembalian tingkat bunga yang tinggi dari investasi mereka, dan tidak menginginkan adanya resiko terhadap investasi yang ditanamkannya (T. A. Pratiwi & Budiarti, 2020).

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap perusahaan yang harga sahamnya terus meningkat dan stabil. Jika kinerjanya memuaskan, perusahaan dapat dianggap baik karena semakin tinggi nilai saham perusahaan, maka akan tinggi pula nilai perusahaan. Salah satu informasi penting yang perlu

dimiliki investor sebelum menanamkan sahamnya di pasar modal adalah laporan keuangan. Melalui laporan keuangan investor dapat melihat nilai suatu perusahaan, serta keuntungan bagi pemilik dan para pemegang saham juga akan meningkat seiring dengan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, investor akan terus berinvestasi pada perusahaan yang telah berhasil meningkatkan nilainya (Bita et al., 2021).

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value (PBV)*. PBV merupakan perbandingan antara harga penutup saham (*close*) dengan nilai buku saham biasa. Perhitungan nilai perusahaan menggunakan PBV dapat dilihat dari laporan keuangan suatu perusahaan. Jika nilai PBV tinggi maka akan menjadi daya tarik investor terhadap perusahaan (Kartika et al., 2022).

Price to Book Value (PBV) merupakan rasio yang digunakan untuk menentukan harga wajar suatu saham dengan menghitung harga saham akhir pada nilai buku yang diperoleh dari laporan keuangan, yang nantinya akan menjadi tolak ukur terhadap suatu nilai perusahaan (Mahayati et al., 2021). *Price to Book Value (PBV)* merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung nilai sebuah perusahaan, dimana PBV diukur melalui harga perlembar saham dibagi dengan nilai buku perusahaan. Dengan menggunakan PBV tingkat harga saham dapat dikatakan *undervalued* dan *overvalued*. Nilai PBV dapat dikatakan baik apabila lebih dari 1 (>1) yang artinya nilai pasar pada suatu perusahaan itu baik dibanding dengan nilai buku perusahaan, dan sebaliknya apabila nilai PBV kurang dari 1 (<1) maka nilai perusahaan dikatakan tidak baik, sehingga motivasi untuk berinvestasi di perusahaan tersebut cenderung berkurang (Fahlevi & Nazar, 2023).

Dalam sektor industri salah satunya sub sektor otomotif & komponen merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Industri otomotif memiliki rantai bisnis mulai dari manufaktur komponen, manufaktur kendaraan itu sendiri, jaringan distribusi suku cadang di seluruh wilayah Indonesia. Maka dari itu investor tertarik dalam menanamkan modalnya yang mereka milik pada perusahaan-perusahaan otomotif di Indonesia.

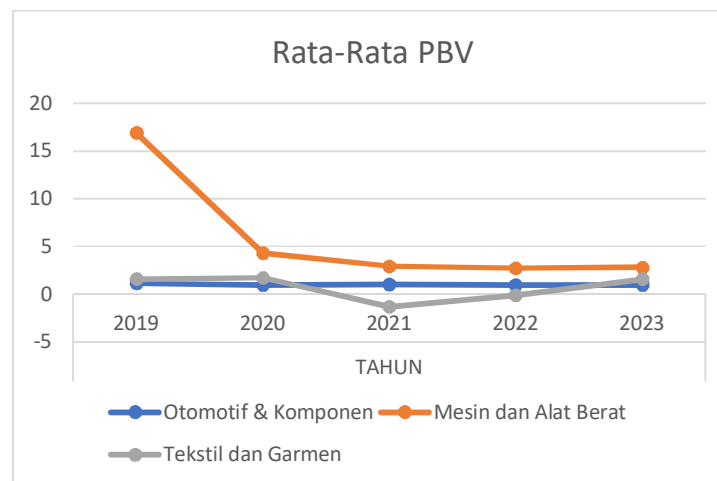
Namun, pada akhir tahun 2019 terjadi pandemi covid-19 di Indonesia yang berdampak pada perekonomian nasional. Dampak dari penyebaran virus tersebut dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi dan berdampak pada berbagai sektor industri Indonesia, hampir semua perusahaan terkena dampak dari pandemi ini.

Berdasarkan data laporan keuangan, diperoleh data mengenai pertumbuhan rata-rata nilai perusahaan pada tahun 2019-2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbandingan Rata-Rata Nilai Perusahaan

NO	SEKTOR	TAHUN				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Otomotif & Komponen	1.12	0.93	1.03	0.96	0.96
2	Mesin dan Alat Berat	16.9	4.31	2.92	2.73	2.81
3	Tekstil dan Garmen	1.56	1.73	-1.33	-0.11	1.57

Sumber: <https://www.idx.co.id> (Data diolah)



Gambar 1.1

Grafik Perbandingan

Berdasarkan tabel 1.1 dan grafik diatas menunjukkan bahwa pada perusahaan sub sektor otomotif mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. Pada tahun 2019 sub sektor otomotif dan komponennya memiliki nilai PBV sebesar 1.12, pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 0.93, dan pada tahun berikutnya 2021 mengalami kenaikan dari tahun 2020 menjadi 1.03, pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali menjadi 0.96, pada tahun 2023 tidak mengalami penurunan maupun peningkatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Adanya pandemi covid-19 telah menyebabkan

ketidakstabilan pada ekonomi Indonesia baik dari sisi permintaan maupun penjualan, pandemi covid-19 juga telah membuat daya beli masyarakat menurun yang berimbas pada industri otomotif di Indonesia. Menurut GAIKINDO penurunan yang terjadi pada tahun 2020 disebabkan dampak dari pandemi covid-19 yang terjadi. Yang artinya perusahaan sub sektor otomotif & komponen ini masih mengalami masalah kurangnya nilai perusahaan.

Pada tahun 2023 penjualan mobil dan motor nasional tercatat anjlok kembali pada September 2023. Data yang diperoleh dari gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) menunjukkan ada penurunan penjualan retail sebesar 15,1% secara tahunan atau 14.454 unit. Dari 95.426 unit pada September 2022 menjadi 80.972 unit pada September 2023. Secara Wholesales, penurunan yang terjadi lebih dalam lagi, sebesar 20,1% secara tahunan. Dari 99.986 unit di September 2022 menjadi 79.883 unit di September 2023. Di saat bersamaan penjualan motor September 2023 anjlok 4,57% atau sebanyak 24.433 unit dibandingkan sebulan sebelumnya yang tercatat sebanyak 534.379 unit. Pengamat otomotif Yannes Martinus Pasaribu menjelaskan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penjualan mobil dan motor karena efek domino kenaikan BBM non subsidi yang dipicu kenaikan rata-rata minyak dunia di bulan Agustus 2023 dibandingkan Juli 2023.

Selain itu juga dampak dari kendaraan yang berinovasi menjadi kendaraan listrik menjadi salah satu dampak terhadap sub sektor otomotif dan komponennya ini. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) melalui ketua V. Shodiq Wicaksono pada ajang forum wartawan industri menjelaskan bahwa peralihan kendaraan bermesin menuju kendaraan listrik sebaiknya tidak mengganggu industri pendukung otomotif lainnya. Gabungan Industri Alat Mobil dan Motor (GIAMM), Hamdhani Dzulkarnaen Salim memperkirakan sekitar 47% perusahaan yang menjadi asosiasi akan terkena dampak kebijakan kendaraan listrik terutama perusahaan yang memproduksi mesin dan ribuan komponen di dalamnya. Dengan pengembangan kendaraan listrik tersebut mau tidak mau anggota GIAMM yang nanti hasil produksinya tidak lagi digunakan untuk membuat komponen baru dengan nilai investasi yang tidak sedikit. (Sumber detikoto)

Nilai perusahaan yang berfluktuasi mengindikasikan harga saham perusahaan yang tidak konsisten, oleh karena itu penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Abdillah dalam (Christine et al., 2020) mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya : kebijakan dividen, kebijakan hutang, profitabilitas, keputusan investasi, struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan. Faktor selanjutnya menurut Manggale & Widyawati,(2021) mengatakan bahwa selain faktor-faktor diatas terdapat faktor pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dari perusahaan. *Sales growth* ini bertujuan untuk melihat jumlah penjualan bersih tiap tahun untuk meprediksi keuntungan yang di dapatkan oleh perusahaan. Namun, dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, *sales growth*, dan kebijakan hutang.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Suatu perusahaan harus berada diposisi yang menguntungkan, tanpa adanya keuntungan perusahaan tidak dapat mempertahankan perusahaannya untuk tetap bersaing (Mahayati et al., 2021). Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam periode tertentu dan sebagai salah satu alat ukur untuk menilai efektivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tersebut.

Profitabilitas memengaruhi terhadap nilai perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan. Perusahaan harus dapat memberikan keuntungan kepada investor yang akan membeli saham perusahaan, jika perusahaan dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi hal ini akan memberikan sinyal yang baik kepada investor dan meningkatkan penilaian terhadap kinerja perusahaan.

Semakin besar keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan, semakin sejahtera para pemegang sahamnya. Keuntungan atau laba ini sangat penting karena selain dapat memakmurkan perusahaan, laba yang tinggi akan menarik investor sehingga harga sahampun akan naik. Harga saham yang tinggi dapat mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik (Rosalia et al., 2022).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apriliyanti et al., (2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hadiwibowo & Sufina, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan kinerja pemasaran yang menunjukkan daya saing perusahaan dalam segmentasi pasar. N. Pratiwi & Ginting, (2021) mengatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka akan semakin tinggi pula peningkatan pendapatan perusahaan, dengan begitu perusahaan dapat meningkatkan pula nilai perusahaan. Bagi investor, pertumbuhan yang baik sangat menguntungkan karena para investor akan mendapatkan return dari investasinya. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu indikator bagi investor yang dapat mengidentifikasi nilai perusahaan yang besar baik bagi pemilik perusahaan maupun investor.

Pertumbuhan penjualan memberikan sinyal yang positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang lebih kompetitif dan mampu meningkatkan pangsa pasar yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Seiring meningkatnya pertumbuhan penjualan, hasil operasi perusahaan juga akan membaik, sehingga kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan juga semakin kuat. Dari perspektif investor, pertumbuhan penjualan perusahaan yang baik diharapkan mampu menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi (Liviani & Rachman, 2021).

Pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pula pendapatan dan laba perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pertumbuhan penjualan, manajemen harus memiliki strategi yang efektif, mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualan serta dapat memprediksi terkait naik turunnya penjualan. Pertumbuhan penjualan juga memberikan sinyal positif kepada pelanggan, konsumen, dan investor sekaligus menunjukkan prospek perusahaan yang menjanjikan untuk terus berkembang (Theresia Septriana et al., 2023).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herdiani et al., (2021) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dolontelide & Wangkar, (2019) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan hutang menurut Brigham & Houston, (2019) mengatakan bahwa kebijakan hutang merupakan sumber pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan, perusahaan dikatakan mempunyai resiko tinggi apabila memiliki hutang yang besar dalam struktur modal, namun apabila perusahaan memiliki hutang yang kecil atau tidak sama sekali berarti perusahaan itu belum bisa memanfaatkan tambahan modal eksternal yang dapat meningkatkan operasional sebuah perusahaan. Penggunaan kebijakan hutang dapat diterapkan untuk menciptakan nilai perusahaan, penggunaan hutang harus dikelola dengan baik karena dengan pengelolaan hutang dengan baik akan menentukan tinggi rendahnya terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan sudah menetapkan standar tinggi hutang maka dapat menciptakan nilai perusahaan yang seimbang sedangkan sebaliknya apabila hutang melebihi standar yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan.

Kebijakan hutang perlu diperhatikan dan dikelola dengan baik karena penggunaan hutang yang tinggi dapat menurunkan jumlah keuntungan yang akan diterima investor. Sebagian laba tersebut akan dipakai untuk melunasi hutang perusahaan.

Kebijakan hutang dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan, dimana semakin banyak hutang yang dimiliki maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun ketika batas hutang sudah melewati batas wajar perusahaan maka dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dipandang oleh investor bahwa perusahaan yang memiliki hutang dipandang sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang pasti dimasa mendatang (Putri & Rachmawati, 2017).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imawan & Triyonowati, (2021) menyatakan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widiana et al., (2024) mengungkapkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ***“Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif & Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023”***.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah profitabilitas, *sales growth*, dan kebijakan hutang berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris dan menghasilkan model yang dapat menjelaskan :

1. Pengaruh simultan antara profitabilitas, *sales growth*, dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan
4. Pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen keuangan khususnya pada profitabilitas, *sales growth*, kebijakan hutang, dan nilai perusahaan, serta dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari kuliah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen atau pimpinan perusahaan dalam mengelola nilai perusahaan yang berkelanjutan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti lain yang konsentrasi terhadap penelitian profitabilitas, *sales growth*, kebijakan hutang, dan nilai perusahaan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.