

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era Globalisasi, emiten industri *retail* berlomba-lomba memproduksi barang berkualitas tinggi dengan biaya rendah untuk meningkatkan daya saing baik di pasar domestik maupun global, pandemi membuat emiten *retail* modern mengalami kondisi *fluktuatif*, bahkan *under perform*. Salah satu penyebabnya yaitu karena perubahan cara konsumsi dari konsumen, sehingga banyak *retail* yang menjalankan usahanya dengan dana cadangan, setidaknya untuk bisa bertahan setahun kedepan jika dalam rentang waktu tersebut belum ada tanda pulih secara signifikan, maka pelaku usaha bakal memilih untuk menutup operasional secara keseluruhan.

Bisnis ritel merupakan usaha menyalurkan berbagai produk kepada konsumen untuk menjadi konsumsi pribadi. Bisnis ritel merupakan bisnis yang menjanjikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, untuk itu kebanyakan emiten berlomba dalam meningkatkan strategi penjualannya, banyak gerai minimarket yang menguasai pasar dan mampu merambah ke antero nusantara. Industri ritel disini di proyeksikan sebagai industri produk dan jasa pelayanan yang diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan. Ritel juga indikator penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam proses distribusi, dimana konsumen dapat melihat dan merasakan langsung produk dan jasa pelayanannya yang telah di berikan

emiten. Sebagai negara yang membangun, angka pertumbuhan industri ritel Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi

Ketatnya persaingan menuntut emiten lebih berinovasi dan meningkatkan kinerjanya agar tujuan dapat tercapai, melangsungkan aktivitas operasinya haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan, tanpa keuntungan akan sulit untuk diminati investor dan mendapatkan modal dari luar. Setiap emiten memiliki tujuan, tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek emiten adalah memperoleh laba maksimal dengan sumber daya yang dimiliki, sedangkan tujuan jangka panjangnya memaksimalkan nilai emiten. Nilai perusahaan adalah kinerja emiten yang dicerminkan oleh harga saham yang dihasilkan oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian publik terhadap kinerja emiten (Harmono, 2011).

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, memaksimalkan nilai perusahaan itu penting bagi emiten, dengan begitu berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama emiten. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh pembeli ketika emiten tersebut dijual (Husnan, 2005). Peneliti membatasi beberapa variabel yang akan diteliti, yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel tersebut diantaranya *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas.

Variabel pertama yaitu *leverage (DER)* adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh emiten menggunakan pendanaan melalui utang (Brigham dan Houston, 2013; 2018; 2020). Penggunaan *leverage* berpengaruhnya terhadap naik turunnya nilai perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan jika emiten memperoleh pendapatan atas banyaknya aset daripada tingkat bunga yang dibayarkan untuk *leverage* (Brigham dan Houston, 2013; 2018; 2020).

Utang membuat emiten akan sangat berisiko dibandingkan dengan penggunaan modal sendiri, sebab utang yang tinggi menggambarkan investasi yang dilakukan memiliki risiko yang besar, sedangkan pemakaian utang yang rendah itu menggambarkan investasi yang dilakukan berisiko kecil. Emiten dapat menjadikan utang alat sebagai tolak ukur yang bisa dipercaya oleh investor, tingginya *leverage* dipandang sebagai perusahaan yakin dengan prospek emiten di masa mendatang. Menurut *Trade-off Theory*, pemakaian utang dapat memberikan manfaat perlindungan pajak, dimana bunga yang dihasilkan akibat penggunaan utang dikurangkan dahulu sehingga emiten memperoleh keringanan pajak.

Variabel kedua yaitu pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang memperlihatkan kemampuan emiten untuk menjaga suatu posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Suwardika & Mustanda, 2020). Pertumbuhan perusahaan menggambarkan apakah emiten akan mengalami perkembangan atau tidak.

Variabel ketiga yaitu profitabilitas, profitabilitas adalah kemampuan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Harahap, 2008). Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek-efek dari likuiditas, manajemen aset, dan utang atas hasil operasi. Rasio *profitabilitas* menggambarkan hasil akhir dari keseluruhan kebijakan keuangan dan keputusan operasi emiten. Emiten dengan profitabilitas tinggi tandanya telah mengelola kekayaan emiten secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periodenya.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian kembali yang akan berfokus meneliti nilai perusahaan, akan dilakukan penelitian kembali dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Emiten *Retail* Pada BEI Periode 2019 - 2022)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah adalah, sebagai berikut:

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah *Leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk memastikan ada tidaknya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memastikan ada tidaknya pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk memastikan ada tidaknya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk memastikan ada tidaknya pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan referensi untuk pihak akademis dan menambah wawasan khususnya mengenai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti untuk memasitikan seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan bagi investor maupun calon investor, adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat berdasarkan sistematika penulisan yang di terbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini, maka sistematika penulisanya adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah masalah dan variabel dependen maupun independen serta tujuan, manfaat dan sistematika penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Telaah teori yang berisikan tentang ulasan teori yang diangkat dalam penelitian ini, dan telaah empiris yaitu penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Membahas desain penelitian, populasi dan sampel, jenis sumber data, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian metode pengambilan sampel dan analisa data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan tentang ada tidaknya pengaruh variabel *leverage*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, terhadap nilai perusahaan dan hasilnya.

## **BAB V PENUTUP**

Simpulan dari hasil pembahasan dan saran

