

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan retail merupakan perusahaan yang menawarkan produk-produk yang menjadi kebutuhan harian hingga bulanan bagi masyarakat, sehingga perusahaan di sektor retail ini menjadi perusahaan yang memiliki pertumbuhan positif. Perusahaan retail juga sebagai penghubung antara konsumen akhir dengan pemasok.

Menurut data badan pusat statistik sepanjang tahun 2021 sektor perdagangan besar dan eceran termasuk didalamnya retail berkontribusi sebesar 12,97% terhadap PDB. Jika diukur menurut besaran PDRB atas dasar harga konstan (ADHK) tahun 2010, sektor perdagangan besar dan eceran termasuk retail tumbuh 4,65% pada 2021 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jadi sektor retail memiliki peran penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dari sisi perdagangan dan konsumsi.

Perusahaan retail sama seperti perusahaan-perusahaan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya. Ketika laba meningkat, nilai perusahaan akan naik dan kenaikan tersebut diikuti oleh naiknya harga saham. Dengan naiknya harga saham perusahaan maka akan meningkatnya nilai perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan yang semakin meningkat mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat.

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini juga bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Karena tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*).

Menurut Kusumadilaga (2010) nilai perusahaan merupakan harga yang dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan digambarkan dari nilai laba masa yang akan datang di ekspektasi dan dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain yaitu: *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan tingkat profitabilitas perusahaan.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang membandingkan hutang perusahaan dengan asetnya, dan digunakan dalam menentukan berapa banyak jumlah aset yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Fahmi, 2017). *Leverage* dianggap menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebab *leverage* menunjukkan sejauh mana aset perusahaan yang dibiayai dari hutang (pinjaman) mampu memenuhi sumber dana dalam perusahaan jika dibandingkan dengan modal sendiri. Pada penelitian ini di proksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Debt to Asset Ratio* (DAR), dengan alasan bahwa DER dapat menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan yang menggambarkan risiko struktur modal, dimana semakin tinggi rasio DER perusahaan maka semakin tinggi risikonya karena pendanaan dari unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri (*equity*). Sedangkan DAR digunakan sebagai ukuran berapa besar aset perusahaan

yang dibiayai hutang, atau berapa besar hutang perusahaan memiliki pengaruh pada pembiayaan aset. Nilai DAR yang tinggi menunjukkan semakin tinggi hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan maka semakin tinggi pula risiko keuangan yang akan mengakibatkan kemampuan perusahaan dalam membiayai hutangnya sehingga semakin besar kemungkinan nilai perusahaan akan turun.

Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi nilai perusahaan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utama, Dedi Rossidi (2018) menghasilkan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, bertentangan dengan hasil penelitian oleh Novari, Putu Mikhy, dkk (2017) *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah pertumbuhan perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan diproksikan dengan *sales growth* dan *net profit*. Pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset (P.T.A), dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang akan datang. *Growth* merupakan presentase yang menggambarkan peningkatan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai *growth*, menunjukkan bahwa aset yang dimiliki perusahaan semakin tinggi. Jika aset yang dimiliki perusahaan seperti kas, mesin dan peralatan yang dapat menunjang proses produksi yang dilakukan perusahaan semakin banyak, maka dapat meningkatkan kapasitas produksi perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar dana yang ditanamkan kepada perusahaan maka semakin bertambah pula aset yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat melambungkan pertumbuhan perusahaan yang semakin pesat melalui laba yang

dihasilkan. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fitriani Amelia & Utiyati (2020) yang menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian Kusuma, Ginanjar Indra dkk (2013) menyatakan bahwa pertumbuhan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Hermiyanty, dkk (2017) *growth opportunity* merupakan Perusahaan yang memberikan peluang untuk menumbuhkan perusahaan atau mendapatkan tingkat pertumbuhan atau perkembangan tertentu. Faktor penting lainnya dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah peluang pertumbuhan. Hasil penelitian yang dilakukan Adhitya Ananda, dkk (2018) *growth opportunity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut Nathanael & Panggabean, (2021) membuktikan *growth opportunity* tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan satu elemen penting dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di periode tertentu demi mempertahankan kelangsungan usaha (Fahmi, 2017). Sedangkan menurut Nurminda (2017) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/return on assets*) maupun modal sendiri (*return on equity*). Untuk menghasilkan laba yang meningkat dan membuat investor tertarik menanamkan modal maka di perlukan tingkat profitabilitas dengan skema menanjak/naik. Profitabilitas juga menunjukkan perusahaan bekerja secara efektif dan efisien dalam mengelola sumber daya yang

dimiliki. Jika profitabilitas baik maka para investor, kreditur, dan supplier akan melihat kekuatan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan.

Dan sebaliknya dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan berkurangnya sumber dana masuk dari para investor, kreditur, dan supplier, hal tersebut berakibat dengan turunnya nilai perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas di proksikan dengan *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Asset* (ROA). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hergianti, Alfina Nurlila (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Purwanti, Titik (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, sebagai alat yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan perusahaan memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan kinerjanya, hal ini akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan, besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diukur dengan total asset perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar juga modal yang ditanam. Penelitian yang dilakukan oleh Rejeki, Halim Tri dan Slamet Haryono (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Nugroho, Adi dkk (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang memberikan hasil yang berbeda-beda antara penelitian satu dengan yang lainnya (*research gap*) dan adanya fenomena bisnis yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian lebih lanjut dan mendalam, maka penelitian ini mengangkat judul pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (studi kasus pada perusahaan retail yang terdaftar di bej periode 2019-2021).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan menunjukkan bahwa tampak adanya permasalahan yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu Terkait Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di Bei Periode 2015-2021). *Research problem* yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah “bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas dan bagaimana ukuran perusahaan memoderasi *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas.”

Berdasarkan pada *problem statement* dan *research problem*, maka pernyataan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?
2. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?

3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?
4. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?
5. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?
6. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI periode 2015-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.
2. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.
4. Pengaruh ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh *leverage*, terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.

5. Pengaruh ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.
6. Pengaruh ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI periode 2015-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi serta bahan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh dibangku perkuliahan khususnya ilmu ekonomi.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengaplikasian variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu calon investor mengenai informasi nilai perusahaan agar para investor dan pemegang saham dapat mempertimbangkan bagaimana keadaan perusahaan yang baik untuk ditanamkan modal. Karena informasi pada laporan keuangan yang dilaporkan sangat penting bagi para pengguna informasi dan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu gambaran yang jelas tentang urutan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi alasan memilih judul penelitian berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori sebagai dasar untuk menganalisa pokok-pokok masalah dalam penelitian yang akan dilakukan berupa telaah teori, telaah penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi gambaran dan tahapan penelitian yang menjelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi objek penelitian, hasil analisis data asumsi klasik, hasil analisis data hipotesis dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan keterbatasan dan saran

