

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan, perusahaan perlu mengupayakan mencari strategi terbaik agar dapat mengembangkan dan mengelola operasional bisnis. Tujuannya untuk mencapai kinerja yang lebih optimal sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dengan efisiensi yang tinggi (Edi & Felicia, 2022). Menurut Budiani (2023) suatu perusahaan dapat mencerminkan nilai instrintiknya melalui tinggi sebuah harga saham yang dimilikinya. Karena dari prespektif investor, nilai perusahaan dapat mencerminkan keberhasilan manajer dalam mengoptimalkan pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Karena peningkatan nilai perusahaan yang terdaftar di Burs Efek Indonesia (BEI) berusaha memastikan harga saham tetap kompetitif dan menarik, sehingga mampu memikat minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Bita et al., 2021).

Menurut Nuryati et al., (2023) Persaingan terjadi di seluruh sektor bisnis, bahkan pada Tingkat yang semakin ketat antar perusahaan. Perusahaan yang bergerak di dalam industri kompetitif harus mampu menghadapi berbagai tantangan dan memberikan solusi untuk membantu bisnis lain mengelola operasinya secara efisien dan efektif. Dalam hal ini, setiap perusahaan bisa memanfaatkan strategi pemasaran untuk mendorong penjualan produknya. Strategi tersebut memainkan peran penting dalam menentukan volume penjualan serta posisi kompetitif perusahaan di pasar. Oleh karna itu dapat

meningkatkan nilai perusahaan menjadi krusial yang harus dilakukan untuk menarik minat para investor.

Menurut Suardana et al., (2020) pencapaian tujuan perusahaan dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menjalankan pertanggung jawabannya. Para pemegang saham dapat mengevaluasi kinerja dan pencapaian perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, salah satu prioritas utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan yang dimilikinya. Nilai perusahaan tidak hanya menjadi indikator kejayaan bagi para pemegang saham, tapi juga dapat mencerminkan besarnya asset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan menjadi cerminan tingkat kesuksesan perusahaan di mata investor. Peningkatan harga saham tidak hanya memperkuat nilai perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja saat ini serta potensi masa depannya. Dengan merancang strategi yang bernilai tinggi, manajer dapat mewujudkan ekspektasi para pemegang saham melalui pencapaian kinerja yang luar biasa (Setiowati et al., 2024). Harga saham perusahaan dapat menunjukkan nilai perusahaan di pasar modal. Karena nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga saham, setiap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menginginkan harga saham yang dijual memiliki kapasitas harga tinggi untuk menarik investor untuk membelinya (Bita et al., 2021).

Harga saham di pasar modal dapat berubah-ubah, naik, dan turun. Ini menjadi fenomena yang menarik untuk dibahas karena masalah naik turunnya nilai perusahaan. Index harga saham gabungan adalah alat yang memungkinkan investor untuk mengamati pergerakan harga saham dan menunjukkan kondisi pasar saham atau performa saham di bursa efek. Harga harga saham gabungan yang lebih tinggi biasanya menunjukkan nilai perusahaan yang lebih besar (Ali et al., 2021). Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar modal terbesar di Indonesia dan membagi saham berdasarkan berbagai industri. Salah satunya adalah perusahaan manufaktur sektor keuangan. Sektor ini memiliki 6 subsektor yaitu bank, pembiayaan konsumen, pembiayaan bisnis, layanan investasi, asuransi, dan kepemilikan & investasi perusahaan www.gopublic.idx.co.id.

Nilai suatu perusahaan bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor internal yang melekat pada perusahaan tersebut. Faktor-faktor ini sering dijadikan acuan untuk calon pemegang saham dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan nilainya. Di antara faktor tersebut merupakan tata kelola perusahaan, profitabilitas dan *capital intensity* yang dimiliki.

Nilai perusahaan berorientasi pada prospek jangka panjang yang tercermin melalui pergerakan harga saham, sekaligus menjadi indikator kinerja perusahaan dalam menarik minat investor. Semakin besar nilai perusahaan, semakin besar pula kesejahteraan yang dihasilkan oleh para pemegang sahamnya. Dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, sebuah bisnis dapat mencapai pengelolaan yang harmonis meskipun berada di tengah

persaingan yang ketat. Ketika memulai bisnis, penting untuk memiliki tujuan yang jelas, dengan prioritas utama adalah mengoptimalkan keuntungan sebesar mungkin (Faizal et al., 2024).

Kasus fenomena yang terjadi pada tahun 2024 yang dikutip dari www.antaranews.com kasus Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang terus berupaya mendorong industri usaha pembiayaan semakin berkontribusi mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dengan tetap melindungi kepentingan konsumennya. Menurut agusman selaku kepala eksekutif pengawas lembaga pembiayaan mengatakan, OJK akan mengarahkan industri usaha pembiayaan semakin tumbuh dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional seperti yang sudah dicapai oleh industri perusahaan pembiayaan yang pada posisi September 2024, piutang pembiayaan meningkat 9,39% menjadi sebesar Rp501,78 triliun. OJK juga telah meluncurkan *Roadmap* pengembangan dan penguatan perusahaan pembiayaan 2024-2028 pada maret 2024, yang diharapkan dapat memberikan arah yang jelas bagi pengembangan dan penguatan perusahaan pembiayaan di Indonesia. OJK berharap melalui kegiatan ini dapat memberikan dampak yang baik untuk bisa meningkatkan wawasan dan pemahaman *civitas academica* mengenai perusahaan pembiayaan terutama peran dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai sebuah perusahaan adalah penerapan tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan yang efektif memiliki tujuan untuk meningkatkan performa melalui pengawasan,

pemantauan dan pengendalian berbagai aktivitas manajemen. Selain itu, tata kelola ini juga dapat memastikan bahwa manajemen menjalankan tanggung jawabnya kepada para pemangku kepentingan sesuai dengan aturan dan regulasi yang berlaku (Andini et al., 2023). Selain itu, tata kelola perusahaan memberikan struktur yang memudahkan penentuan tujuan perusahaan dan metode untuk melacak kinerja. Mekanisme manajemen perusahaan terdiri dari mekanisme internal, seperti struktur dewan direksi, kepemilikan manajerial, dan kompensasi eksekutif, serta mekanisme eksternal, seperti pasar untuk mengontrol perusahaan, kepemilikan institusional, dan tingkat pendanaan dengan hutang (Pranyoto et al., 2023).

Dalam definisi awalnya, *forum for corporate governance in Indonesia* atau FCGI menggambarkan tata kelola perusahaan sebagai “seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan, serta pemangku kepentingan internal dan eksternal terkait hak dan kewajiban masing-masing pihak.” Singkatnya, tata kelola perusahaan adalah sistem yang dirancang untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan. Sistem ini mengatur interaksi antara pemegang saham, pengurus perusahaan, dan pihak berkepentingan lainnya guna mencegah terjadinya konflik kepentingan serta memastikan bahwa manajer menjalankan tugas mereka sesuai dengan tujuan perusahaan dan untuk kepentingan pemegang saham. (Ratnasari et al., 2018).

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah beroperasi secara optimal dan dapat menghasilkan keuntungan. Hal ini didasari pada harapan para pemegang

saham untuk memperoleh manfaat yang maksimal dari investasi yang telah mereka berikan kepada perusahaan tersebut. Namun, tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas kepada para pemegang saham, tapi juga mencakup masyarakat luas. Sayangnya, tanggung jawab ini kerap diabaikan karena perusahaan sering sekali tidak berinteraksi langsung dengan masyarakat. Dengan kata lain, hubungan timbal balik antara investor dan masyarakat sering sekali gagal terjalin. Dikarenakan, setiap Keputusan yang diambil oleh perusahaan bisa membawa dampak positif ataupun negatif bagi para pemangku kepentingan atau *stakeholders* (Sutisna, 2020). Tata kelola perusahaan yang baik menjadi kunci untuk menjamin terciptanya nilai ekonomi yang berkelanjutan bagi para pemegang saham dan pemangku kepentingan dalam jangka panjang (Andini et al., 2023).

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas memegang peran penting dalam membangun kepercayaan para pemegang saham, sekaligus menjadi hal utama yang krusial untuk memastikan kelangsungan operasional perusahaan. Ketika tingkat profitabilitas tinggi, keuntungan yang dihasilkan perusahaan juga meningkat, sehingga dapat memberikan dampak positif pada nilai perusahaan. Nilai profitabilitas juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total modal kerjanya, termasuk modal yang berasal dari investor ataupun asset perusahaan itu sendiri, terutama melalui aktivitas operasional dan penjualan (Alya Zhafira & Dwi Astuti, 2024). Peningkatan profitabilitas memberikan kemungkinan perusahaan dapat menghasilkan nilai utilitas yang jauh lebih

besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini dapat membuat nilai utilitas yang dihasilkan perusahaan menjadi faktor yang dominan dalam mengelola dana internal (Khotimah et al., 2024).

Menurut Basyroh & Riduwan (2023) berpendapat *Return on Assets* dapat menjadi alat yang efektif untuk mengukur tingkat profitabilitas, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi besarnya dividen yang dibagikan dan berkontribusi terhadap penentu nilai suatu perusahaan. *Return on asset* adalah rasio profitabilitas yang digunakan karena dianggap mampu menggambarkan perusahaan dalam mencari margin sehingga investor dapat mengetahui tentang bagaimana manajemen mengelola perusahaan (Ambarwati & Vitaningrum, 2021).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *capital intensity*. Rasio *capital intensity* dapat mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menciptakan pendapatan. Selain itu, *capital intensity* juga dapat diukur melalui alokasi dana para perusahaan yang digunakan untuk mendanai asset dan kegiatan operasional guna menghasilkan profit (Alamsah & Adi, 2022). *Capital intensity* menjadi salah satu informasi penting bagi investor karena mencerminkan efektivitas penggunaan modal oleh perusahaan. Informasi ini menggambarkan seberapa besar modal perusahaan yang terkandung dalam bentuk asset, baik asset lancar maupun asset tidak lancar. Hal tersebut dapat diukur melalui rasio antara total asset tetap perusahaan dan total asset yang diperoleh dalam periode tertentu.

Semakin tinggi tingkat *capital intensity* sebuah perusahaan, semakin optimal pemanfaatan modal yang dilakukan (Suryati & Setyawati, 2024).

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menjawab berbagai masalah yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor keuangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2020-2023. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat akan menyediakan secara menyeluruh bukti empiris dan mendukung beberapa teori tentang bagaimana tata kelola perusahaan, tingkat profitabilitas, dan *capital intensity* mempengaruhi nilai perusahaan. Dan juga, terdapat hasil yang tidak konsisten dengan variabel atau masalah yang sama, sehingga perlu dilakukan penelitian ulang tentang nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dengan demikian, judul yang diambil oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah **“Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas dan *Capital Intensity* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2019-2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang berdasarkan penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

3. Apakah *Capital Intensity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas dan *Capital Intensity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah *Capital Intensity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas dan *Capital Intensity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini digunakan sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis terhadap tata kelola perusahaan, profitabilitas dan *capital intensity* terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bahan referensi bagi Masyarakat umum dan sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh tata kelola perusahaan, profitabilitas dan *capital intensity* terhadap nilai perusahaan untuk peneliti dibidang yang sama.

1.5 Sitematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai proposal ini, maka penulisan proposal ini dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri atas Bab 1 Pendahuluan, Bab 2 Landasan Teori, Bab 3 Metodologi Penelitian, Bab 4 Analisa dan Pembahasan, Bab 5 Penutup. Deskripsi dari masing-masing bab ini dijelaskan dibawah ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang merupakan dasar pemikiran mengenai Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas dan *Capital Intensity* Terhadap Nilai Perusahaan. Rumusan masalah sebagai sesuatu yang diangkat untuk diteliti, tujuan penelitian yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah

dibuat, manfaat penelitian yang diharapkan akan didapat dari penelitian ini, Batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori dan konsep masalah yang digunakan sebagai dasar dari penelitian dan mengemukakan penelitian yang telah dikembangkan sebelumnya serta memperjelas maksud dari penelitian ini. Pada akhir bab ini diberikan perumusan hipotesis awal.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan deskriptif mengenai desain penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB VI: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang analisa data yang akan digunakan, dan membahas tentang interpretasi hasil dan argumentasi hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang Kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Bagian Kesimpulan menyajikan secara ringkas apa yang telah diperoleh dari pembahasan sebelumnya, selain itu bab ini juga berisi saran penelitian bagi pihak yang berkepentingan.