

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang semakin meningkat di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan kemajuan teknologi. Perusahaan dituntut untuk mengelola fungsi-fungsi manajemen yang dimiliki dengan baik serta mampu membaca situasi yang terjadi agar dapat beradaptasi dengan dunia ekonomi internasional dan nasional (Sofia Prima Dewi, 2021). Persaingan yang ketat dalam industri mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk- produknya agar lebih dikenal di masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan membutuhkan dana yang lebih besar, sehingga menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek atau yang sering disebut *go public*. Melalui *go public*, perusahaan berupaya meningkatkan nilai mereka untuk menarik minat investor (Maryamah & Mahardhika, 2021). Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (R. M. Harahap *et al.*, 2022).

Nilai perusahaan merupakan harga yang biasa dibayarkan oleh pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Suryanto *et al.*, 2021, hal. 9).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. PBV merupakan alat yang berguna untuk menentukan nilai perusahaan karena menunjukkan seberapa besar nilai yang dapat diciptakan perusahaan untuk modal yang dinilai tidak pasti. Perbedaan dengan Penelitian sebelumnya mengandalkan jarak waktu (Mahardikari, 2021). Berikut Tabel 1.1 harga saham emiten ritel BEI :

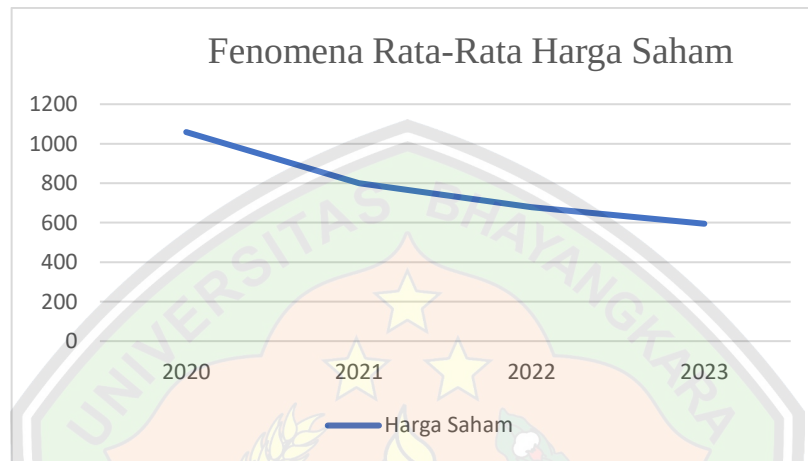
Tabel 1. 1 Harga Saham Emiten Ritel BEI Periode 2020-2023 (dalam rupiah)

No.	Kode Emiten	2020	2021	2022	2023
1	EPMT	2110	2700	2750	2590
2	SDPC	104	136	332	158
3	KMDS	470	434	575	424
4	PCAR	555	282	87	50
5	RANC	436	1800	815	670
6	ZONE	390	414	1230	1110
7	BOGA	1380	1390	1295	1185
8	PMJS	105	143	153	142
9	ACES	1715	1280	496	720
10	CSAP	386	490	815	605
11	ECII	655	970	500	288
12	ERAA	2200	600	392	426
13	SLIS	4900	800	252	75
14	TRIO	426	426	426	426
15	YELO	50	135	57	50
RATA-RATA		1058,8	800	678,33	594,6

Sumber: www.idx.co.id (data harga saham yang telah diolah 2024)

Berdasarkan pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa harga saham terbesar di perusahaan ritel adalah EPMT pada 2022.

Tetapi pada 2023 LPPF mengalami penurunan. Berikut Gambar 1.1 mengenai fenomena rata-rata harga saham emiten ritel.



Gambar 1. 1 Fenomena Rata-Rata Harga Saham Emiten Ritel Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023

Sumber: www.idx.co.id (data yang telah diolah 2024)

Gambar 1.1 menunjukkan rata-rata fenomena dari setiap Emiten Ritel Bursa Efek Indonesia selama empat periode yaitu dari 2020-2023, dari gambar tersebut cenderung mengalami fluktuasi setiap tahunnya. 2020 fenomenanya yaitu 1058,8. Periode 2021-2023 fenomenanya mengalami penurunan yaitu 800, 678,33 dan 594,6.

Beberapa Emiten Bursa Efek Indonesia memiliki investor yang cukup banyak, salah satunya adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel yaitu perusahaan yang menjual barang atau jasa dalam jumlah satuan atau eceran kepada konsumen untuk mengonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi dan tidak menjualnya kembali.

Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Industri Ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat (Prakoso *et al.*, 2022).

Permasalahan laporan keuangan pada di emiten ritel Bursa Efek Indonesia menampilkan kondisi nilai perusahaan yang belum stabil. Penurunan kinerja keuangan dari perusahaan ritel adalah rendahnya minat pembelian oleh konsumen yang disebabkan munculnya beberapa *e-commerce*, sehingga membuat konsumen cenderung berbelanja secara online daripada berbelanja di pusat perbelanjaan. Penurunan ini sangat dipengaruhi oleh kinerja keuangan dari perusahaan tersebut (Riyanti *et al.*, 2023).

Nilai perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya ukuran suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan yang besar mempermudah suatu emiten perusahaan dalam memasuki dunia pasar modal (Wirdayanti *et al.*, 2022). Perusahaan dapat memiliki kehandalan dalam perubahan yang adaptif juga dapat mempermudah emiten untuk mencari dana baik dari keuntungan yang dihasilkan atau penerbitan kepemilikan saham dan efek utang (Wirdayanti *et al.*, 2022). Kemudahan dalam memasuki dunia pasar modal tersebut digunakan oleh perusahaan dalam merencanakan perencanaan yang cermat dan taktis, perluasan bisnis perusahaan serta mengembangkan bisnis perusahaan untuk keuntungan perusahaan dan menambah nilai perusahaan (Wirdayanti *et al.*, 2022). Dalam mengukur ukuran perusahaan menggunakan proksi *Firm size* dengan rumus $\ln(\text{Total Asset})$.

Seluruh aset yang dimiliki oleh bisnis diubah ke dalam bentuk logaritma natural untuk menghitung ukuran perusahaan. *Log Natural Total Asset* digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan untuk meminimalkan volatilitas data yang tidak perlu. Tanpa mengubah persentase jumlah aset, jumlah aset yang bernilai miliaran sampai triliunan akan disederhanakan melalui penggunaan log natural (Tingginehe & Kusumadewi, 2022).

Ermani (2021:104), “Rasio pengembalian modal. *Return On Equity* merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas”. ROE merupakan rasio yang memperlihatkan sejauh mana keuntungan dari investasi yang telah ditanamkan oleh para investor.

Leverage merupakan suatu resiko keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan utang. Penelitian dari (Rudangga & Sudiarta, 2016) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian dari (Lestari *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Untuk menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi dan maksimal. terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang harus dipertimbangkan.

Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan faktor pertama adalah ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang berhubungan dengan peluang dan kemampuan untuk masuk ke pasar modal dan jenis pembiayaan eksternal lainnya yang dimana menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meminjam (W. W. Hidayat, 2019).

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva suatu perusahaan, sebab aktiva merupakan suatu cerminan dari pendapatan dan asset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aktiva semakin tinggi nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan memiliki penyesuaian dan kemudahan dalam upayanya untuk mendapatkan dana dari pasar modal, dengan adanya kemudahan tersebut akan membuat investor memberikan harapan yang baik di suatu perusahaan. Hal tersebut menjadi berpengaruh positif untuk dapat meningkatkan nilai di suatu perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Return On Equity*. ROE merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan memberikan gambaran bagi investor mengenai tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan terhadap perusahaan (Rahmantio dkk, 2018). Semakin besar tingkat ROE maka laba bersih yang dihasilkan dari modal sendiri juga semakin besar, ini menunjukkan perusahaan mampu mencetak laba yang tinggi dan hal ini tentunya dapat akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada emiten tersebut karna perusahaan tersebut bisa dikatakan mempunyai kinerja yang baik dan menyebabkan saham pun akan ikut tinggi. Hal tersebut menjadi berpengaruh positif untuk dapat meningkatkan nilai di suatu perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*. Dalam konteks keuangan, *Leverage* adalah acuan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan pembayaran utangnya baik dalam utang jangka waktu yang cepat dan jangka panjang (Wirdayanti *et al.*, 2022). Peningkatan *leverage* berpotensi menurunkan nilai perusahaan karena dapat meningkatkan beban dan risiko bisnis. *Leverage* negatif merupakan hasil dari rata-rata *leverage* tahunan yang tinggi dan tidak menentu, sedangkan rasio yang sehat dihasilkan oleh perpaduan modal dan utang yang seimbang (Rejeki & Haryono, 2021). Selain itu *leverage* adalah salah satu alat ukur yang digunakan investor dalam mempertimbangkan investasinya, Keputusan investor dalam melakukan investasi berkemungkinan meningkatkan nilai perusahaan (Andrianti & Dara, 2022). Dalam mengukur *leverage* pada penelitian ini menggunakan rasio DER (*Debt To Equity Ratio*). Alasan di balik pemilihan indikator DER untuk perhitungan *leverage* karena indikator ini memberikan wawasan mengenai kemampuan perusahaan dalam hutangnya yang digunakan untuk membiayai asset dan biaya operasional lainnya pada perusahaan. Selain itu, perusahaan publik biasanya memasukkan DER dalam laporan keuangan publikasi mereka (Talundima & Kelen, 2022). Rasio DER dilakukan dengan membandingkan seluruh utang, termasuk utang lancar, dengan seluruh ekuitas perusahaan atau Total Utang/Total Ekuitas (Talundima & Kelen, 2022).

Berdasarkan latar belakang, fenomena yang terjadi, beragamnya hasil penelitian terdahulu, dan adanya perbedaan pada penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini perlu untuk dilanjutkan.

Dengan demikian, judul yang dapat diambil untuk penelitian ini adalah **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Return On Equity* dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Emiten Ritel Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang akan dilakukan antara lain:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan tersebut, maka dapat ditentukan tujuan yang akan diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka diharapkan dapat memberikan manfaat atas penelitian ini, antara lain:

1.4.1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya tentang masalah yang sama dan nantinya dapat diterapkan di masa yang akan datang, selain itu diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

1.4.2. Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat berguna bagi manajer didalam suatu perusahaan dalam pertimbangannya untuk pengambilan keputusan, sehingga dapat dilakukan penanganan maupun perbaikan serta peningkatan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Diharapkan dapat memberikan cerminan bagi investor untuk membantu dalam pengambilan keputusan, terkait pedoman dalam melakukan investasi maupun berinvestasi didalam suatu perusahaan.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya yang membahas topik yang berkaitan dengan penelitian ini dan dapat digunakan untuk menambah daftar kepustakaan universitas sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Tugas Akhir

Penulis menggunakan sistematika penulisan yang mengacu pada ketentuan yang terdapat dalam Pedoman Teknis Tugas Akhir Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yaitu teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu mengenai nilai perusahaan, ukuran perusahaan, *return on equity*, *leverage*,

penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi hasil penelitian, hasil analisis penelitian, dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Simpulan yang telah didapatkan dari hasil penelitian, keterbatasan, implikasi manajerial dan saran yang diberikan penulis sehubungan dengan penelitian.