

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia industri saat ini berjalan dengan sangat pesat sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih kreatif dan memiliki keunggulan kompetitif dibanding dengan para pesaingnya. Kondisi seperti ini menuntut agar perusahaan mampu mengelola usahanya dengan baik. Berdirinya suatu perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas yaitu mencapai keuntungan maksimal serta memakmurkan pemilik perusahaan dan pemilik saham. Pada dasarnya seorang investor maupun kreditor akan melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan. Salah satu industri yang memiliki persaingan cukup ketat adalah sektor otomotif, hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri ini. Perusahaan otomotif dan komponen merupakan salah satu perusahaan sub sektor di Bursa Efek Indonesia yang semakin bertumbuh dan berkembang di Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya produk-produk otomotif yang digunakan baik dari jenis maupun jumlahnya. Disamping perkembangan produknya, permintaan produk otomotif dimasyarakat juga meningkat diimbangi dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Tingginya pertumbuhan jumlah penduduk dan ekonomi dalam negeri serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kendaraan pribadi yang bersamaan dengan meningkatnya kemampuan daya beli masyarakat menengah ke atas menjadi dasar dalam peningkatan jumlah produksi dan penjualan kendaraan bermotor. Di sisi lain, mudahnya sistem jual beli khususnya sistem pembayaran juga menjadi salah satu faktor peningkatan produksi dan penjualan kendaraan bermotor, sehingga banyak dicari oleh konsumen. Selain itu makin banyaknya kuantitas perusahaan otomotif merupakan salah satu bukti, bahwa industri otomotif di Indonesia menarik perhatian banyak pihak. Pertumbuhan pasar domestik atau ekspor merupakan pendorong berkembangnya industri komponen otomotif.

Industri otomotif domestik berhasil tetap tumbuh meski di tengah situasi dengan beragam masalah yang menjadi kendala, seperti sejumlah perusahaan otomotif menghentikan operasinya di Indonesia karena beberapa faktor, yaitu tidak adanya peluang keuntungan, dan tidak mampu bersaing dengan produk sejenis serta memiliki strategi bisnis sendiri salah satunya yaitu dengan menghentikan penjualannya di Indonesia. Hal tersebut tidak berdampak pada industri otomotif di dalam negeri. Pasar otomotif di Indonesia dinilai masih menarik, karena hingga saat ini minat investasi pada sektor otomotif di Indonesia masih tinggi. Dilihat dari beberapa produsen otomotif asal China memulai pembangunan pabriknya di Indonesia. Hal ini menandakan, selain didominasi oleh Jepang, produsen otomotif asal negara lain juga melihat Indonesia sebagai negara dengan daya tarik investasi.

Banyaknya jenis kendaraan yang terjual dipasaran berasal dari kepercayaan konsumen pada perusahaan otomotif ternama, perusahaan-perusahaan otomotif ini terus melakukan inovasi-inovasi baru dan kreatif, dan berlomba-lomba untuk meningkatkan produksi dan kualitas barang yang dihasilkannya. Kemudian dengan terus bertambahnya jumlah kendaraan (mobil dan motor) yang ada di jalan raya merupakan bukti dari meningkatnya angka penjualan kendaraan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini yang menunjukkan penggunaan kendaraan bermotor di Indonesia dari tahun 2015-2018.

*Tabel 1.1 Jumlah kendaraan yang digunakan masyarakat dari tahun 2015-2018.*

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2015	13.480.973	2.420.917	6.611.028	98.881.267	121.394.185
2016	14.580.666	2.486.898	7.063.433	105.150.082	129.281.079
2017	15.423.968	2.509.258	7.289.910	111.988.683	137.211.818
2018	16.440.987	2.538.182	7.778.544	120.101.047	146.858.759

Sumber: <https://www.bps.go.id/>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat kenaikan jumlah kendaraan dari tahun 2015 sampai 2018, dimana jumlah kendaraan tertinggi yaitu pada tahun 2018 sejumlah 146.858.759 dan jumlah kendaraan terendah yaitu pada tahun 2015 sejumlah 121.394.185. Oleh karena itu secara tidak langsung sub sektor otomotif mendapatkan kenaikan nilai perusahaan di tahun 2015 sampai 2018. Tingginya persaingan membuat perusahaan terus melakukan segala cara dan strategi agar dapat bersaing dengan tujuan mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan hidup perusahaannya. Dalam menyikapi persaingan yang ketat tersebut perusahaan-perusahaan banyak melakukan berbagai strategi, seperti melakukan inovasi produk, ekspansi pasar, perbaikan kualitas sumber daya manusia maupun teknologi dan penggunaan jasa promosi melalui iklan. Dari strategi tersebut tentunya perusahaan mengeluarkan dana yang tidak sedikit jumlahnya sehingga setiap perusahaan membutuhkan investor dalam menjalankan usahanya untuk dapat memenuhi sumber pendanaannya. Investor dalam menanamkan modalnya tentu mempertimbangkan terlebih dahulu apakah perusahaan tersebut mampu bersaing dan mempunyai prospek yang lebih baik untuk masa depan. Dalam menilai layak tidaknya suatu perusahaan dapat ditentukan melalui nilai perusahaan.

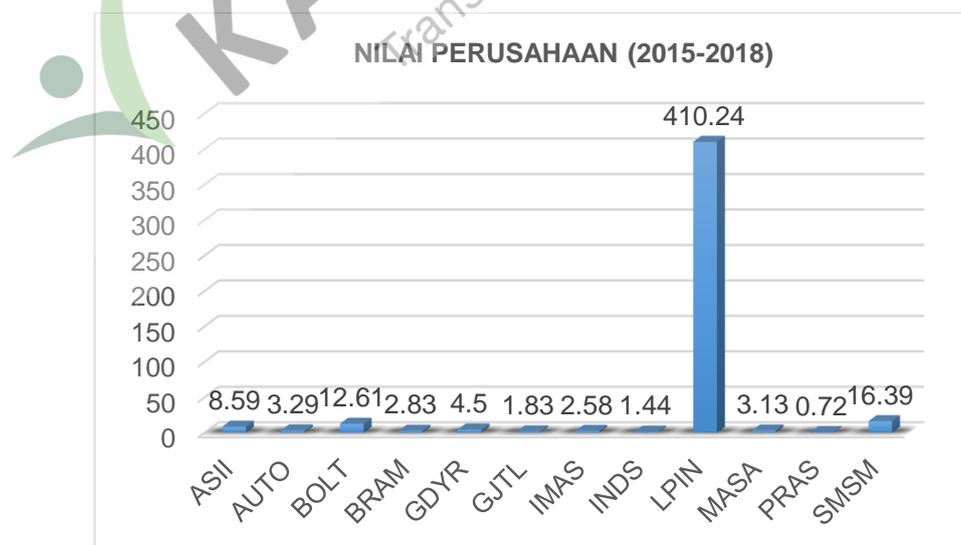
Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai anggapan investor tentang peluang keberhasilan suatu perusahaan di masa mendatang, biasanya berkaitan erat dengan harga atau nilai saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan sebaliknya. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011, p. 150) Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi tingkat harga saham, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan kedepannya, serta mencerminkan total asset yang dimiliki perusahaan.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh investor dari suatu perusahaan. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset. Dalam memaksimalkan nilai, perusahaan perlu memperhatikan sumber keuangan lainnya seperti saham preferen dan utang sehingga tidak hanya berfokus pada nilai ekuitas saja. Nilai perusahaan juga sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan bagi manajer dalam rangka menghasilkan kinerja baik bagi perusahaan. Sedangkan bagi investor, nilai perusahaan dapat menghasilkan persepsi yang dapat menentukan keputusan investasi yang diambil. Sehingga, aspek ini penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik perhatian investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Pesatnya perkembangan bursa efek mengakibatkan para investor semakin teliti dalam memilih perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi. Kesalahan dalam memilih dapat merugikan investor sendiri. Dalam hal ini diperlukan ketelitian dan kejelian dalam membaca laporan keuangan yang dipublikasikan.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio antara lain *Earning per Share (EPS)* merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar keuntungan (*return*) yang diperoleh investor atau pemegang saham per lembar saham, *Price Earning Ratio (PER)* yang merupakan rasio harga saham suatu perusahaan dengan pendapatan per saham perusahaan tersebut, *Dividend Yield* yaitu perbandingan dividen dengan harga saham, dan *Price to Book Value (PBV)* yang merupakan rasio yang membandingkan antara nilai saham menurut pasar dengan harga saham berdasar harga buku/ *book value* (Brigham & Houston, 2011, p. 180).

Penelitian ini penulis menggunakan *Price to Book Value (PBV)* sebagai proksi dari nilai perusahaan. *Price to Book Value* yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, Sartono (2010, p. 9). *Price to Book Value* digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi rasio *price to book value* ini maka akan berpengaruh terhadap harga saham dari perusahaan yang bersangkutan karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio *Price to Book Value*, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor.

Penggunaan *Price to Book Value* memiliki keuntungan, yaitu : (1) Menghasilkan nilai yang relatif stabil dan dapat dibandingkan dengan harga pasar; (2) Memberikan standar akuntansi yang konsisten pada seluruh perusahaan; (3) Perusahaan yang tidak dapat diukur dengan *Price Earning Ratio (PER)* karena pendapatan yang negatif, dapat dievaluasi menggunakan *Price to Book Value*. Berikut ini adalah grafik nilai perusahaan sub otomotif yang dihitung menggunakan *Price to Book Value*.



Gambar 1.1 Nilai Perusahaan Otomotif  
Sumber : <http://www.idx.co.id/> (data diolah)

Berdasarkan Grafik 1.1 diatas nilai perusahaan akan dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu manajemen suatu perusahaan, dimana pada tabel di atas *Price to Book Value* terendah adalah perusahaan Prima Alloy Steel Universal Tbk dengan hasil 0,72. Hal ini memberikan arti bahwa tingkat harga saham perusahaan Prima Alloy Steel Universal Tbk dikategorikan *undervalued* dimana sangat baik untuk memutuskan investasi jangka panjang. Nilai rendah *Price to Book Value* ini disebabkan oleh turunnya harga saham, sehingga harga saham berada di bawah nilai bukunya atau nilai sebenarnya. Sedangkan PBV tertinggi dimiliki oleh perusahaan Multi Prima Sejahtera Tbk dengan hasil 410,24 hal ini memberikan gambaran bahwa harga saham perusahaan Multi Prima Sejahtera Tbk dikategorikan *overvalued* atau harga saham tinggi dari harga sebenarnya. Saham *Overvalued* memiliki kinerja yang baik secara fundamental memiliki prospek bisnis yang cerah dimasa depan dan sudah memiliki *brand* di masyarakat. Maka dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai *Price to Book Value* suatu saham mengindikasikan persepsi pasar yang berlebihan terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika *Price to Book Value* rendah, maka diartikan sebagai sinyal *good investment opportunity* dalam jangka panjang. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi menggambarkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah struktur modal.

Struktur modal adalah perbandingan nilai utang dengan nilai modal sendiri yang tercermin pada laporan keuangan perusahaan akhir tahun. Perbandingan modal pinjaman dengan modal sendiri haruslah tepat karena perbandingan tersebut akan berakibat langsung terhadap posisi keuangan perusahaan. Menurut Martono dan Harjito (2010) struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan dana cadangan. Jika dalam pendanaan dari sumber modal sendiri masih mengalami kekurangan (*defisit*) maka perlu dipertimbangkan pendanaan yang berasal dari luar perusahaan yaitu hutang (*debt financing*).

Menurut Brigham dan Houston (2011) Struktur modal bagi perusahaan dapat mempengaruhi tingkat pengembalian atau keuntungan yang diharapkan serta besarnya risiko yang ditanggung oleh pemegang saham. Struktur modal yang tepat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER dapat menunjukkan tingkat risiko pada suatu perusahaan. Semakin tinggi DER, maka akan semakin tinggi risiko yang mungkin terjadi dalam perusahaan, karena pendanaan perusahaan dari unsur hutang lebih besar dari pada modal sendiri. Penggunaan hutang memiliki keuntungan yang diperoleh dari pajak, karena bunga hutang adalah pengurangan pajak. Brigham & Houston (2011, p. 183) Teori *trade-off* memprediksi adanya pengaruh positif struktur modal terhadap nilai perusahaan dikarenakan keuntungan pajak masih lebih besar dari pada biaya tekanan finansial dan biaya keagenan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chaidir (2015) dan Pratama & Wirawati (2016) menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara struktur modal dengan nilai perusahaan sedangkan Munandar dan Kusumawati (2017) memperoleh hasil negatif

Selain struktur modal nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Semakin besar aktiva suatu perusahaan maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat. Keputusan menyangkut besarnya perusahaan akan berakibat pada tingkat harga saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar juga memiliki harga saham yang tinggi, sehingga nilai perusahaan juga tinggi dan sebaliknya. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Selain itu, dengan semakin besarnya ukuran perusahaan

maka akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Meidiawati (2016, p. 10) Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba pada tingkat penjualan aset dan modal saham dalam satu periode tertentu. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Menurut Sutrisno (2012, p. 222) Profitabilitas mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin besar tingkat keuntungan perusahaan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Profitabilitas yang lebih tinggi dapat menyebabkan peningkatan harga saham perusahaan. Harga saham yang lebih tinggi memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang lebih tinggi pula.

Dalam penelitian ini menggunakan *Return on Equity (ROE)* sebagai rasio profitabilitas dalam pengukurannya. *Return on equity (ROE)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan *netto profit* untuk pengembalian ekuitas kepada pemegang saham. Didalam menilai *performance* suatu perusahaan, rasio penilaian yang kerap digunakan oleh investor yaitu *Return on Equity (ROE)* yang merupakan perbandingan antara *net profit after taxes* dengan *total equity*. Salah satu alasan mengapa investor memilih menggunakan rasio ROE karena investor kerap kali menjadikan *Return On Equity (ROE)* sebagai rasio dalam penilaian dikarenakan laba yang dihasilkan dari total modal akan lebih menarik bagi investor dibandingkan dengan keuntungan besar yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan otomotif sebagai objek penelitian dikarenakan persaingan dalam dunia usaha otomotif sangat ketat. Untuk mengetahui keberhasilan suatu perusahaan, maka perlu diadakan analisis terhadap laporan keuangan, dimana dalam menganalisis laporan keuangan menggunakan rasio keuangan, yang menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan dimaksudkan untuk menguji struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat di peroleh gambaran bagi para investor dalam memilih saham yang baik yang dikeluarkan secara langsung oleh perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu, peneliti berniat untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2018”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018?
4. Apakah secara bersama - sama struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018?

## **1.3 Batasan Masalah**

Mengingat begitu banyaknya masalah yang harus dipecahkan maka perlu adanya pembatasan masalah. Penelitian ini agar mencapai sasaran yang diharapkan, permasalahan dibatasi pada :

1. Penelitian yang ditetapkan yakni perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Subjek penelitian yang ditetapkan yakni pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian ini hanya meneliti dalam periode 2015-2018.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.
4. Untuk mengetahui apakah secara bersama - sama struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk:

##### **1.5.1 Manfaat Akademik**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen khususnya manajemen keuangan mengenai pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana menganalisis nilai perusahaan pada suatu perusahaan khususnya pada sub sektor otomotif.
- b. Menjadi bahan masukan untuk peneliti selanjutnya dalam penulisan dibidang yang sama.
- c. Dijadikan sebagai acuan pihak manajemen perusahaan khususnya yang menjadi objek penelitian.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini mengacu pada kerangka skripsi dengan standarisasi dari perguruan tinggi adalah sebagai berikut :

1. Bab 1 Pendahuluan  
Latar belakang masalah, Perumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian: Manfaat akademik dan Manfaat praktis, Sistematika Penulisan.
2. Bab 2 Tinjauan Pustaka  
Tinjauan pustaka yang berkaitan dengan ranah ilmu Tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan masing-masing variabel yang diteliti, Penelitian terdahulu yang ada kaitan dengan tema penelitian.
3. Bab 3 Metodologi Penelitian  
Model konseptual penelitian, Variabel penelitian, Operasional variabel, Hubungan antar variabel dan hipotesis, Unit analisis, populasi dan sample, Uji asumsi klasik, Uji kelayakan, Uji hipotesis.
4. Bab 4 Analisis Pembahasan.  
Statistik deskripsi, Uji asumsi klasik, Uji estimasi regresi data panel, persamaan regresi data panel, Uji hipotesis; Uji F, Uji T, Uji determinasi Pembahasan hasil penelitian.

5. Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang simpulan peneliti terkait dengan penelitian yang dilakukannya, implikasi manajerial dan memberikan saran atau masukan dari keterbatasan hasil penelitian.

