

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam bisnis. Persaingan di dalam dunia bisnis yang semakin ketat akan memberikan dampak positif dan negatif terhadap perusahaan baik perusahaan kecil, menengah, maupun perusahaan besar. Menurut Prasinta (2012), Salah satu tujuan penting pendirian suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham, atau memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

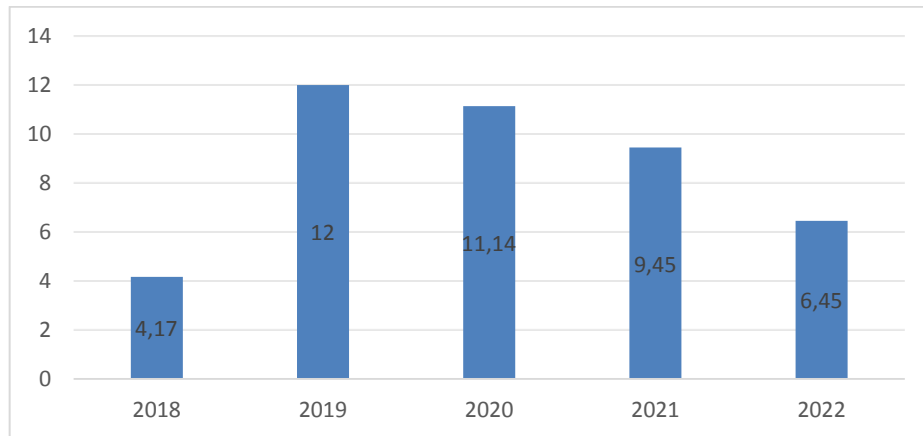
Nilai perusahaan bagi perusahaan yang belum *go public* merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan dijual sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan sebuah perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya nilai saham perusahaan tersebut yang ada di pasar modal. Setiap perusahaan yang *go public* mempunyai tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan, karena dengan adanya peningkatan nilai perusahaan kemakmuran pemilik dan pemegang saham perusahaan juga ikut mengalami peningkatan. Menurut Utami (2017), tujuan utama perusahaan yang telah *go public* yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Menurut Pradanyani (2018), menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering di hubungkan dengan harga saham.

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan Novari dan Lestari (2020). Dengan adanya tujuan perusahaan untuk memaksimumkan nilai perusahaan, berarti menuntut perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk juga selalu memperhitungkan akibatnya terhadap nilai atau harga sahamnya. Bagi manajemen, nilai suatu perusahaan dapat memberikan petunjuk mengenai apa yang dipikirkan oleh investor atas kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek di masa yang akan datang Febrianti (2012).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat (Yuliusman dan Kusuma, 2020).

Perusahaan memerlukan strategi yang dapat menjadi solusi bagi perusahaan agar dapat mempertahankan posisi perusahaannya dan terus dapat beroperasi dalam mengantisipasi kondisi keuangan yang tidak mampu diprediksi. Berikut ini adalah data-data nilai perusahaan sector pertambangan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022.

Gambar 1.1 Data Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia



Sumber : Data diolah (www.idx.id)

Gambar 1.1 menunjukkan rata-rata nilai perusahaan dari sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 terlihat cenderung mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Ditahun 2018 nilai perusahaan sangat menurun sebesar 4,17, ditahun 2019 nilai perusahaan tercatat naik sebesar 12,00, ditahun 2020 nilai Perusahaan mengalami penurunan sebesar 11,14, ditahun 2021 mengalami penurunan sebesar 9,45, dan ditahun 2022 cenderung sangat menurun sebesar 6,45. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan sektor pertambangan mengalami fluktuasi. Ini artinya terdapat ketidakstabilan pada perusahaan pertambangan dan akan memberikan dampak pada ketertarikan investor untuk berinvestasi pada sektor pertambangan.

Berdasarkan fenomena penurunan nilai perusahaan sub sektor pertambangan yang telah listing di bursa efek Indonesia pada periode pengamatan tertentu perlu menjadi perhatian khusus. Karena dengan adanya penurunan nilai Perusahaan dapat merubah citra atau pandangan terhadap nilai perusahaan tersebut, yang akan berdampak pula pada minat para investor terhadap perusahaan.

Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Profitabilitas, Pertumbuhan penjualan, Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Struktur Kepemilikan, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil faktor Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* sebagai variabel independen.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal perusahaan merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang dan modal sendiri yang bertujuan untuk membiayai operasional perusahaan. Menurut Ramdhonah dkk, (2019), struktur modal digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan utang terhadap total modal yang dimiliki perusahaan. Dalam kondisi bisnis yang baik, menggunakan utang sebagai modal usaha dapat mempercepat perkembangan perusahaan jika perusahaan mampu mengoptimalkan operasional usahanya untuk mendapatkan *return* sesuai dengan diharapkan, sehingga hal tersebut juga membuat investor menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek usaha yang baik dan pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang diperoleh Susanti dkk, (2017), Yuanita dkk, (2016), dan Asif dan Aziz (2016) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh Muzayin dan Trisnawati (2022), Kausar dkk, (2014) dan Rasyid (2015) yang menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi menjadi perusahaan berskala besar dan berskala kecil. Perusahaan yang skalanya kecil cenderung kurang menguntungkan karena hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas dalam memproduksi barang, masih ada keterbatasan dalam mendapatkan dana eksternal. Lain halnya dengan perusahaan besar lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditur. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi Rachmawati dan Purwanti (2016) dalam Muzayin dan Trisnawati (2022).

Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai Perusahaan. Menurut Pramana (2016) dalam Suwardika dan Mustanda (2020), umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang diperoleh Bagaskara, Titisari, dan Dewi (2021), Tui dkk, (2017), Ramadan (2016) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh Ibrahim (2017), Liu dan Chien (2010) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Menurut Syardiana dkk. (2015), pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi karena pertumbuhan

memiliki aspek yang menguntungkan bagi pihak investor. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi dimasa depan dan kapitalisasi pasar yang tinggi yang menarik investor untuk berinvestasi dan hal ini akan memberikan dampak yang positif pula terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang diperoleh Ibrahim (2017), Gill dan Mathur (2011), dan Cheng dkk, (2010) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan hasil penelitian Paminto dkk, (2016) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Ramdhonah dkk, (2019), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Harga saham yang lebih tinggi memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang tinggi pula.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang diperoleh Cheryta dkk, (2017), Paminto dkk, (2016), dan Chen dkk, (2011) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh Bagaskara dkk, (2021), dan Ibrahim (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Menurut Utami (2017), *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Menurut Indrastuti (2021), pembiayaan utang dapat memberikan manfaat seperti mengurangi beban pajak dan mengurangi biaya agensi jika biaya tersebut lebih besar dari biaya agensi hutang dan biaya kebangkrutan. Jika pembiayaan utang menghasilkan keuntungan marjinal *leverage* sama dengan kerugian dari biaya kebangkrutan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang diperoleh Putra dkk, (2007), Agustina (2009), Susanti (2010), dan Mardiyati dkk, (2012), yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh Susanti (2010), dan Afza dan Tahir (2012) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian diatas dan fenomena yang disajikan serta *research gap* antara penelitian satu dengan lainnya, maka penulis bermaksud untuk membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 sampai dengan 2022.

Berdasarkan penelitian terdahulu, beberapa hasil penelitian yang berbeda ditemukan. Pada penelitian sebelumnya yang mengangkat tema ini masih terdapat ketidakkonsistenan sehingga peneliti ingin meneliti kembali tema ini. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Ramdhonah dkk, (2019). Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, penelitian terdahulu memakai periode penelitian tahun 2011-2017, sedangkan penelitian ini memakai periode tahun 2018-2022. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan satu variabel, yaitu *leverage*.

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah struktur modal berpengaruh positif terhadap aktivitas investasi?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang baru dan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa dan para akademisi yang akan melakukan penelitian sejenis. Sehingga dapat memberikan kontribusi teoritis sebagai dasar-dasar pemikiran bagi para peneliti yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Pemegang Saham

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam kebijakan pendanaan suatu perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan *leverage*.

2) Bagi Emiten

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dan referensi, khususnya berkaitan dengan nilai perusahaan.