

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini peran pasar modal sangatlah penting bagi perusahaan dan juga para investor. Bagi perusahaan pasar modal adalah tempat dimana perusahaan dapat memperoleh dana dari investor. Sedangkan bagi para pemilik modal, pasar modal adalah tempat dimana sang pemilik modal meng-investasikan modalnya pada perusahaan yang menarik minatnya untuk ditanamkan modal oleh investor itu. Perusahaan yang membutuhkan modal dapat menjual sekuritas perusahaan untuk memenuhi berbagai kebutuhan perusahaan. Sedangkan bagi pemilik modal dapat melihat seberapa besar keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan serta resiko yang dimiliki perusahaan tersebut untuk melihat seberapa besar nilai perusahaan tersebut.

Saat ini dunia usaha sangat bergantung dengan masalah pendanaan. Dalam keberlangsungan operasional perusahaan, keputusan pendanaan merupakan salah satu keputusan yang sangat penting dan krusial yang dihadapi oleh manajer keuangan dan juga pemilik perusahaan. Dalam mengambil keputusan pendanaan yang berkaitan dengan penentuan struktur modal, manajer keuangan harus sangat hati-hati karena keputusan tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan para investor.

Menurut Ukhriyawati dan Dewi (2019) dalam Aswari *et al* (2020), dengan perencanaan yang matang dalam menentukan struktur permodalan, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan serta dapat lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis. Sehingga dalam pasar modal, semua perusahaan saling bersaing dalam memaksimalkan nilai perusahaan baik di sektor yang sama maupun tidak. Seperti halnya persaingan di dalam Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan *Media* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan nilai perusahaan yaitu struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas.

Struktur modal dapat diindikasikan dengan beberapa macam rasio diantaranya ada *Debt to Asset Ratio/DAR*, *Debt to Equity Ratio/DER* dan *Long Term Debt to Equity Ratio/LDER*. Berkembangnya teori struktur modal dipicu setelah munculnya penelitian yang dilakukan oleh Modigliani dan Miller pada tahun 1958. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa dalam pasar modal sempurna, keputusan struktur modal tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Namun sebagian asumsi tersebut dianggap kurang realistis, sehingga pada tahun 1963, teori dari Modigliani dan Miller diperbaharui sehingga memunculkan efek pajak dan struktur modal memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan (Apsari dan Dana dalam Pramana dan Darmayanti, 2020). Indikator yang digunakan dalam mengukur struktur modal dalam penelitian ini yaitu DER (*Debt to Equity Ratio*) yang menghitung rasio hutang terhadap ekuitas, yang artinya semakin besar nilai DER maka risiko dalam menanamkan modal di perusahaan tersebut semakin besar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan yang sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif, namun semakin pesat perusahaan tersebut tumbuh maka perusahaan tersebut akan rentan terhadap isu-isu negatif dikarenakan semakin besar perusahaan tersebut maka yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut juga akan semakin tinggi sehingga perusahaan harus terus mencari cara lain untuk tetap berkembang.

Profitabilitas merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kebijakan serta keputusan dalam memperoleh profit (Windi Novianti dan Reza Pazzila Hakim, 2018). Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas yang kaitannya dengan investasi yaitu *Return On Investment* (ROI). ROI merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya, maka dalam penelitian ini untuk menilai profitabilitas perusahaan fokus menggunakan ROI.

Nilai perusahaan adalah nilai pasar dari ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar dari hutang. Selain itu, nilai perusahaan dilihat dari tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi kepada pemegang saham (Hermuningsih, 2013).

Nilai perusahaan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Salah satu cara untuk mengukur nilai perusahaan yakni dengan menggunakan *Price Book Value* atau PBV yang juga digunakan sebagai indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini.

Terdapat penelitian yang melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, meskipun telah banyak penelitian yang dilakukan, akan tetapi belum memperoleh hasil yang konsisten.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor struktur modal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Priyatama T. dan Pratini E. (2021) , Oktiwiati E. D. dan Nurhayati M. (2020), dan Natasiya A. Y. dan Idayati F. (2020) menyatakan bahwa variabel struktur modal (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono R. dan Mispiyanti (2020), Kusumaningrum *et al* (2022), dan Adfentari *et al* (2020) menyimpulkan tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor pertumbuhan perusahaan. Dalam penelitian Oktapiani R. dan Rahmi P. P. (2021), Kriwidianingsih A. dan Nugroho P. (2021) dan Zutami *et al* (2021) memaparkan kesimpulannya bahwa faktor pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusmaniarti *et al* (2021), Novitasari R. dan Krisnando (2021), dan Fauziyah I. N. dan Sudiyatno B. (2020) dimana menurut mereka faktor pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.





Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Fauziyah I. N. dan Sudiyatno B. (2020), Husna R. dan Rahayu Y. (2020), dan Oktiwiati E. D. dan Nurhayati M. (2020) menyimpulkan bahwa faktor profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Sedangkan dalam penelitian Wicaksono R. dan Mispiyanti (2020), Bintari V. I. dan Kusnandar D. L. (2020), dan Yusmaniarti et al (2021) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.1
Perbandingan DER, Pertumbuhan Aset, dan ROI terhadap PBV di
Perusahaan Jasa Subsektor Advertising Printing & Media Tahun 2016-2020

No	Perusahaan	Tahun	DER (x)	Pertumbuhan Aset %	ROI %	PBV (x)
1	PT Elang Mahkota Teknologi	Des 2016	0,01	16,4%	4,3%	3,00
		Des 2017	0,01	8,6%	2%	3,04
		Des 2018	0,01	(12%)	(11,8%)	2,56
		Des 2019	0,14	(10,1%)	(13,3%)	6,37
		Des 2020	0,20	1,9%	9,6%	4,45
2	PT Intermedia Capital	Des 2016	0,34	29,9%	21,8%	2,54
		Des 2017	0,94	73,1%	10,7%	2,21
		Des 2018	1,25	5,8%	(2,5%)	0,79
		Des 2019	1,44	11,2%	1,1%	0,86
		Des 2020	1,60	8,7%	1,5%	0,76
3	PT Mahaka Media	Des 2016	1,68	19,1%	(8,8%)	1,16
		Des 2017	2,61	(9,5%)	(8,6%)	1,32
		Des 2018	1,59	21%	(6,9%)	3,17
		Des 2019	3,49	(20,2%)	(10,6%)	(2,18)
		Des 2020	(3,14)	(46,2%)	(26,1%)	5,80
4	PT Surya Citra Media	Des 2016	0,30	5,5%	31,3%	8,23
		Des 2017	0,22	11,7%	24,4%	5,02
		Des 2018	0,21	20,9%	22,3%	3,80
		Des 2019	0,22	1,9%	15,6%	8,69
		Des 2020	0,74	0,74%	17%	2,98
5	PT Visi Media Asia	Des 2016	1,60	10,1%	6,9%	1,93
		Des 2017	1,78	13%	2,7%	1,27
		Des 2018	3,74	3,7%	(13,8%)	1,08
		Des 2019	6,46	6,7%	(6,3%)	3,84
		Des 2020	39,03	0,19%	(9,4%)	11,45
6	PT Graha Layar Prima	Des 2016	0,17	62,7%	(1,1%)	3,93
		Des 2017	0,55	4,3%	0,71%	3,54
		Des 2018	0,52	0,94%	19,9%	3,11
		Des 2019	0,54	8,8%	4,3%	3,28
		Des 2020	2,06	26,9%	(18,3%)	4,77

Sumber: Laporan keuangan perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Keterangan:

	: DER terhadap nilai PBV
	: Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai PBV
	: ROI terhadap nilai PBV
	: Penurunan nilai PBV

Jika melihat fenomena pada tabel perbandingan, dapat dilihat bahwa pada tahun 2016-2020 hasil dari perbandingan tersebut sangatlah fluktuatif. Namun rata-rata penurunan pada perusahaan yang diteliti berada di tahun 2018, hal ini penyebabnya ada berbagai macam yang dialami oleh perusahaan tersebut.

Seperti yang dialami pada PT Elang Mahkota Teknologi, pada tahun 2018 perusahaan mengalami kerugian. Dalam laporan keuangan yang diunggah dalam keterbukaan informasi di BEI, perusahaan membukukan pertumbuhan pendapatan, namun beban pokok pendapatan mereka juga naik. Hal yang menyebabkan semua ini terjadi adalah penurunan nilai aset tak berwujud alias *goodwill* yang terjadi pada tahun 2018. Dalam keterbukaan informasi, manajemen Emtk menjelaskan mengenai perihal penurunan nilai *goodwill* tersebut. Penurunannya terjadi pada cucu perusahaan EMTK bernama Creative Media Works Pte Ltd (CMW). Hal itu berawal dari penandatanganan perjanjian lisensi *Blackberry Messenger* (BBM) konsumen pada 27 juni 2016. Perjanjian dengan Blackberry Limited ini dilakukan untuk CWM dapat melakukan operasi layanan pesan *Consumer Cross Platform*. Namun, jumlah

pengguna layanan BBM konsumen tersebut terus menurun drastis, tidak seperti masa jayanya pada sekitar tahun 2010-an (katadata.co.id).

Lalu pada PT Intermedia Capital penurunan yang terjadi pada tahun 2018 disebabkan oleh capaian pendapatan tahun lalu yang gagal menekan peningkatan yang cukup signifikan pada pos pembiayaan. Total pendapatan perusahaan dari iklan turun dari periode yang sama ditahun sebelumnya. Pemasukan perusahaan juga tertekan karena beban usaha yang naik yang dicatatkan dari pos pembiayaan amortisasi persediaan program materi dan pemasaran. Selain itu juga, kerugian disebabkan oleh selisih kurs pada tahun 2018 yang meroket 4 kali lipat dari yang sebelumnya (cnbcindonesia.com).

Pada tahun 2018, PT Visi Media Asia mengalami kerugian. Banyak faktor yang menyebabkan kerugian pada emiten VIVA ini salah satunya adalah penurunan pada pemasukan utama mereka yaitu pendapatan iklan. Faktor lainnya yang juga menyebabkan turunnya nilai perusahaan ini yaitu parahnya kondisi keuangan dengan tingginya rasio beban usaha perusahaan (cnbcindonesia.com).

Melihat beberapa fenomena serta penelitian terdahulu yang bertentangan teori dengan fakta di lapangan serta memperoleh kesimpulan yang sangat tidak konsisten dari berbagai penelitian sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS: PERUSAHAAN JASA SUBSEKTOR ADVERTISING, PRINTING DAN MEDIA TAHUN 2016-2020).**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka susunan identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Terdapat gap teori yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara fakta dengan keadaan di perusahaan.
2. Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.
3. Terdapat hasil yang tidak konsisten dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah beberapa diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
4. Seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap struktur modal pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
5. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.

6. Seberapa besar pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh faktor struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.

4. Mengetahui seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap struktur modal pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Jasa Subsektor *Advertising, Printing* dan Media Tahun 2016-2020.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah yang terdapat pada rumusan masalah yang berhubungan dalam penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan kajian literatur untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di enam perusahaan jasa subsektor *Advertising, Printing*, dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini,

penulis melakukan penelitian yang terkait dengan data laporan keuangan perusahaan jasa subsektor *Advertising, Printing*, dan *Media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. Lokasi penelitiannya itu di beberapa perusahaan yang diteliti, di antaranya sebagai berikut :

1. PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk. (EMTK)
2. PT. Intermedia Capital Tbk. (MDIA)
3. PT. Mahaka Media Tbk. (ABBA)
4. PT. Surya Citra Media Tbk. (SCMA)
5. PT. Visi Media Asia Tbk. (VIVA)
6. PT. Graha Layar Prima Tbk. (BLTZ)

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti peneliti mengadakan penelitian pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari website www.idx.co.id.

