

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya dunia industri dari hari ke hari berjalan dengan begitu pesatnya, yang kemudian menciptakan persaingan-persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut agar para pelaku bisnis untuk lebih mampu berinovatif, kreatif, dan mempunyai kekhasan/keunggulan dibanding dengan para pesaingnya. Dari sekian banyak sektor, subsektor industri otomotif menjadi salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami persaingan sangat ketat, salah satu penyebabnya adalah semakin dibutuhkannya alat transportasi yang dapat membantu dan mendukung keseharian masyarakat, sehingga memunculkan pelaku-pelaku usaha baru banyak masuk dan bermunculan dalam industri ini.

Pentingnya nilai perusahaan telah menjadikan investor dan kreditur menjadi lebih selektif ketika menginvestasikan dananya maupun memberikan kredit kepada perusahaan. Nilai perusahaan akan memberikan sinyal positif dimata para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan, sedangkan bagi pihak kreditur nilai perusahaan akan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar utangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. Wiagustini (2010: 8) dalam Ni Kadek Rai Prastuti dan I Gede Merta Sudhiarta (2016) berpendapat nilai perusahaan merupakan pembayaran yang dilakukan oleh calon pembeli ketika dijualnya suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, juga



menyebabkan bertambahnya kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (pemegang saham). Selain itu, nilai perusahaan dianggap penting disebabkan dapat mencerminkan kinerja perusahaan sehingga mampu mempengaruhi persepsi dari investor terhadap perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, sehingga dapat memakmurkan pemilik perusahaan juga para pemegang saham dan mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Nilai perusahaan mencerminkan nilai dari pendapatan yang diinginkan dimasa yang akan datang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan.

Lebih mudah memperhitungkan nilai perusahaan yang telah *go public* dibanding dengan perusahaan yang bukan *go public*. Bagi perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaannya dapat terlihat dari harga sahamnya. Sebaliknya bagi perusahaan yang tidak *go public*, nilai perusahaannya dapat diukur dengan harga jual pada saat perusahaan tersebut dijual (Sartono, 2010).

Enterprise Value (EV) atau *firm value* (nilai perusahaan) adalah suatu indikator bagi pasar dalam memberikan penilaian secara keseluruhan terhadap perusahaan (Salvatore, 2011:10 dalam Ni Kadek Rai Prastuti dan I Gede Merta Sudhiarta, 2016). Terdapat faktor-faktor dalam mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: kebijakan dividen, keputusan pendanaan, pertumbuhan perusahaan, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan. Faktor-faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh yang konsisten terhadap nilai perusahaan.

Terdapat banyak alat ukur untuk nilai perusahaan, namun yang paling banyak digunakan adalah *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) adalah rasio perbandingan antara harga saham terhadap nilai buku perusahaan, dimana jumlah modal yang diinvestasikan ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan menciptakan nilai yang relatif. Tingginya PBV mencerminkan tingginya harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Keberhasilan perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham dilihat dari semakin tinggi harga saham perusahaan. Adanya peluang investasi memberikan sinyal yang positif terhadap perkembangan perusahaan di masa mendatang, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat.

Dunia usaha sangat bergantung pada masalah pendanaan. Terjadi kemunduran yang diakibatkan karena banyak lembaga keuangan yang mengalami kesulitan keuangan karena adanya kemacetan kredit pada dunia usaha yang tidak memperhitungkan batas maksimum pemberian kredit dimasa lalu oleh perbankan dan masalah disetujuinya kelayakan kredit (Meythi, dkk. 2012). Antisipasi yang dilakukan manajer keuangan diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan berhati-hati dalam menetapkan struktur modal.

Sebuah keputusan penting yang dihadapi oleh manajer keuangan dalam kaitannya dengan operasional perusahaan adalah keputusan atas struktur modal yaitu keputusan keuangan yang berkaitan dengan komposisi utang, saham preferen, dan saham biasa yang harus digunakan oleh perusahaan, dikarenakan hal tersebut dapat menjadi sebuah pemilihan alternatif dana eksternal bagi pembiayaan perusahaan. Struktur modal merupakan penggunaan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri.

Teori struktur modal menyebutkan bahwa ketika struktur modal berada di atas dari target optimal, ketika penambahan hutang terjadi maka menyebabkan nilai perusahaan menurun. Dalam *trade-off theory* (diasumsikan titik target dari struktur modal yang belum optimal) nilai perusahaan akan meningkat ketika rasio utang pada stuktur modal ditingkatkan. Perusahaan akan meningkatkan hutang sampai dengan tingkat utang tertentu, dimana biaya keagenan menyebabkan suatu perusahaan kredibilitasnya akan menurun. Penurunan kredibilitas perusahaan terjadi karena adanya pengurangan pajak dari penambahan biaya hutang atau biaya kesulitan keuangan.

Struktur modal merupakan kunci kinerja perusahaan dan perbaikan produktifitas. Penelitian Rahman Rusdi Hamidy, I Gusti Bagus Wiksuana, dan Luh Gede Sri Artini (2015) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Sri Hermuningsih (2012) juga menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ari Wirajaya (2013) mendefinisikan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, dalam arti lain adalah prospek di masa depan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan kinerja perusahaan, karena dengan laba yang tinggi perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. Perusahaan-perusahaan dengan profit yang tinggi cenderung menggunakan lebih banyak pinjaman untuk memperoleh manfaat pajak.



Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas terdiri atas *profit margin*, *basic earning power*, *return on assets*, dan *return on equity*. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan (Suharli, 2006).

Penelitian Sri Hermuningsih (2012) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman Rusdi Hamidy, I Gusti Bagus Wiksuana, dan Luh Gede Sri Artini (2015) menemukan bahwa profitabilitas mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Penelitian I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) menemukan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Wiagustini (2010:76) dalam Ni Kadek Rai Prastuti dan I Gede Merta Sudhiarta (2016) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasinya. Profitabilitas menunjukkan tingkat pengembalian dari bisnis atau seluruh investasi yang telah dilakukan. Perusahaan yang dapat membukukan profit tinggi maka perusahaan tersebut dinilai berhasil menjalankan usaha (Hardiatmo dan Daljono, 2013).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dengan ini saya merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan ?
- 2) Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas ?
- 3) Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
- 4) Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening* ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
- 2) Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas
- 3) Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- 4) Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi calon investor, dengan adanya kajian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pada saat melakukan investasi.
- 2) Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi; memperbaiki; dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

“PENGARUH STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Perusahaan Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015)”



- 3) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.
- 4) Bagi penelitian yang akan datang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

