

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan *retail* atau perusahaan eceran memegang peran sangat penting, baik ditinjau dari sudut pandang konsumen maupun dari sudut pandang produsen. Melihat dari sudut pandang produsen, perdagangan eceran dipandang sebagai pihak yang ahli dalam bidang penjualan produk perusahaan. Perdagangan eceran juga penting karena bertindak sebagai agen yang membeli, mengumpulkan, dan menyediakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pihak konsumen (P.G Frederik, 2015)

Industri *retail* di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Kegairahan para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai-gerai baru tidaklah sulit untuk dipahami. Dengan makin terkendalinya laju inflasi, bisa menjadi alasan mereka bahwa ekonomi Indonesia bisa menguat kembali di masa mendatang. Dalam era globalisasi perusahaan berusaha untuk memproduksi barang berkualitas tinggi dengan biaya rendah dalam rangka meningkatkan daya saing baik dipasar domestik maupun pasar *global* (P.G Frederik, 2015). Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan atau baiknya nilai yang dimiliki perusahaan akan sulit bagi perusahaan untuk diminati oleh investor, dan menarik modal dari luar.

Pada saat ini tantangan terbesar yang dihadapi masyarakat dan perusahaan adalah era globalisasi dan perdagangan bebas. Di era perekonomian pasar bebas akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat di lingkungan perusahaan dan akan mendorong manusia untuk memiliki daya saing agar dapat bertahan dalam ketatnya persaingan. Strategi yang harus dilakukan yaitu tetap menjaga kelangsungan perusahaan dari ketatnya persaingan di era saat ini, perusahaan harus dapat meningkatkan kemampuannya dalam mengelola modal dan meningkatkan labanya untuk dapat memakmurkan pemilik dan para investor (Pramana & Mustanda, 2016). Perusahaan dituntut untuk mencari dan menggunakan peluang yang ada sesuai dengan strategi perusahaan agar dapat tercapai tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan membantu bahkan dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan untuk memperoleh posisi di masa depan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan memaksimalkan kemakmuran.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Wijaya & Sedana, 2015). Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Investor tentunya tidak sembarang dalam memilih perusahaan untuk menanamkan modalnya. Setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh

para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan merupakan indikator kinerja keuangan bagi perusahaan yang *go public*.

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris. Nilai perusahaan yang baik akan dapat menarik lebih banyak investor dan kepentingan pihak lain untuk ikut serta dalam perusahaan. Jadi, penting untuk menentukan dulu nilai perusahaan perusahaan untuk investasi yang andal (Sucuahi *et al.* 2016).

Nilai perusahaan dapat ditentukan, atau diukur dengan beberapa faktor diantaranya dapat dilihat dari perkembangan kinerja keuangan perusahaan, di mana kinerja keuangan berasal dari laporan keuangan sebagai informasi keuangan suatu perusahaan. Dengan kata lain, penggunaan informasi keuangan yang disediakan oleh perusahaan biasanya analis atau investor dapat memperkirakan hasil laporan keuangan perusahaan dari berbagai aspek nilai diantaranya aspek nilai dari likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualannya (*sales growth*).

Likuiditas juga merupakan faktor penting untuk melihat nilai perusahaan. Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo, perusahaan harus memiliki kas yang tersedia atau aset lancar lainnya yang dapat segera dikonversi menjadi

uang tunai (Muthoni et al., 2013). Penelitian Mahendra *et al.* (2012), menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prisiliarompas dan Rustam (2013). Hasil yang berbeda yaitu menurut Wulandari (2014) dimana likuiditas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Susilawati (2014).

Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Menurut Kasmir (2015) rasio solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* dilakukan untuk mengukur seberapa banyak aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa banyak utang perusahaan mempengaruhi manajemen asetnya (Vatansever dan Hepsen, 2013). Semakin tinggi rasio utang, semakin besar kemungkinan perusahaan tidak mampu melunasi kewajibannya, oleh karena itu pinjaman harus dibelanjakan dengan baik untuk mendapatkan peluang keuntungan yang lebih besar (PWC, 2017). Beberapa penelitian yang dilakukan seperti Husna, dan Satria (2019) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dari Ogolmagai (2013) dan Kodongo et al. (2014), mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya kinerja keuangan perusahaan akan meningkatkan return yang akan di dapatkan oleh investor, profitabilitas dapat dihitung dengan ROE (*return on equity*). Hasil penelitian Dewi *et. al.* (2014), semakin tinggi ROE maka semakin tinggi juga *price book value* sebagai ukuran dari nilai perusahaan karena investor akan membeli saham-

saham dan akan lebih tertarik dengan ROE atau bagian dari total profitabilitasnya ke pemegang saham, sejalan yaitu Marangu, dan Ambrose (2014).

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat diukur dengan indikator *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan suatu rasio dalam mengukur kemampuan seluruh modal dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. ROA yang tinggi mencerminkan perusahaan dalam keadaan yang bagus yang selanjutnya akan membuat investor tertarik dalam melakukan investasi. Ju Chen dan Yu Chen (2011) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ju Chen, dan Yu Chen (2011) dengan menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Assets* berpengaruh pada nilai perusahaan sehingga ketika laba perusahaan naik maka nilai perusahaan akan ikut naik, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fahrizal 2013) yang menyatakan ROE berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang (Barton *et al.*, 1989) dalam (Mardiyati *et al.*, 2015). Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan dapat meningkatkan perolehan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan.

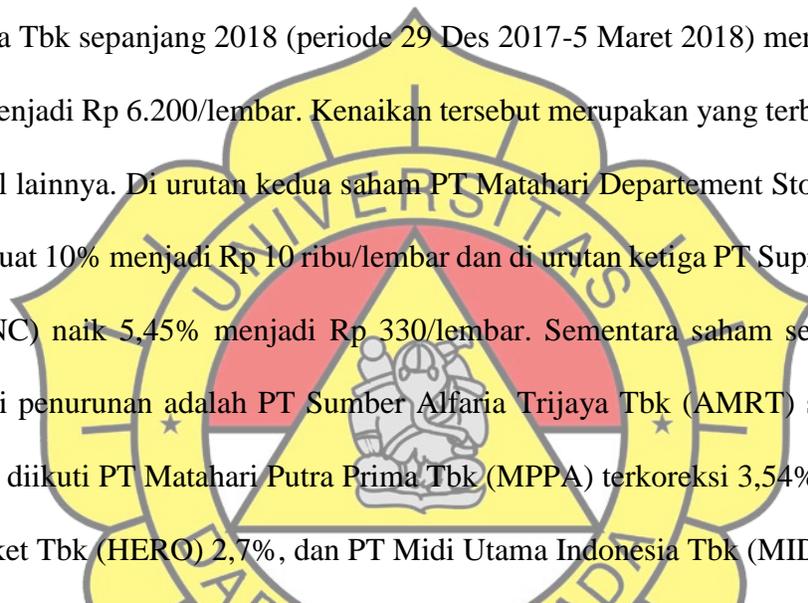
Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan

mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nirmala *et al* (2016), yaitu bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Herawati, dan Nita (2017), pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

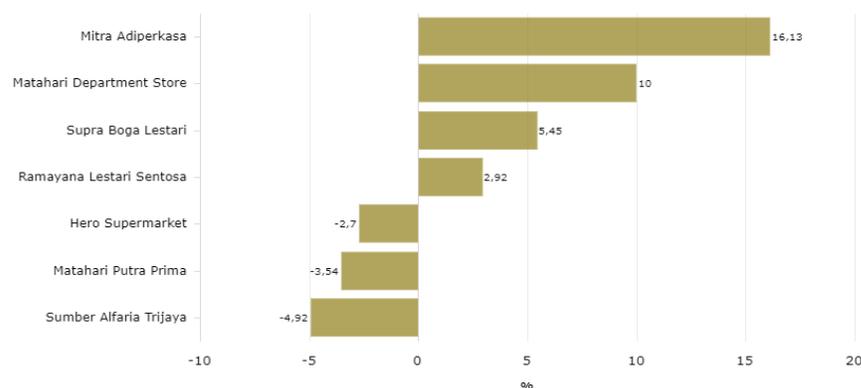
Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa kenaikan dari prospek emiten atau saham sektor ritel masih menarik sementara saat ini banyak perusahaan sektor ritel mengalami kerugian bahkan dari beberapa prospek emiten lain cenderung mengalami penurunan saham, dan berujung pada penutupan gerai dari beberapa emiten. Analisis pasar modal menilai saham atau emiten ritel menunjukkan tren positif karena didukung sentimen positif. Sentimen positif bagi pelaku usaha ritel sehingga saham ritel menarik, satu di antaranya didukung oleh peningkatan indeks penjualan ritel atau IPR Indonesia.

Analisis *Mirae Asset Sekuritas*, Christine Natasya, mengatakan, sinyal membaiknya sektor ritel berasal dari peningkatan indeks penjualan ritel (IPR) Indonesia yang tumbuh 7,7 persen *year on year* (yoy) pada Desember 2018. Sepanjang tahun lalu, pertumbuhan rata-rata IPR Indonesia mencapai 3,7 persen yoy atau lebih baik dari pencapaian 2017 yang hanya sebesar 2,9 persen yoy. Tren serupa diyakini masih berlanjut di tahun ini. “Selain efek momentum musiman, kami percaya tren konsumsi di sektor ritel akan positif akibat penurunan harga BBM yang membuat inflasi terjaga,” ungkap Christine dalam riset 11 Februari 2019. Peningkatan IPR Indonesia tampak terealisasi pada pertumbuhan rata-rata penjualan tiap toko atau *same store sales growth* (SSSG) para pemain *retail*. Sedangkan hal lain yang terjadi pada perusahaan-perusahaan industri *retail* sub sektor di

Indonesia. katadata-- Pergerakan saham sektor ritel sepanjang 2018 cukup beragam. Dari delapan emiten ritel di bawah ini, empat saham mencatat kenaikan dan empat sisanya turun. Turunnya konsumsi masyarakat seiring melambatnya perekonomian domestik dan munculnya era belanja online membuat beberapa perusahaan ritel terpaksa menutup gerai akibat sepi pembeli. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia, harga saham PT Mitra Adiperkasa Tbk sepanjang 2018 (periode 29 Des 2017-5 Maret 2018) mencatat kenaikan 16,13% menjadi Rp 6.200/lembar. Kenaikan tersebut merupakan yang terbesar dibanding saham ritel lainnya. Di urutan kedua saham PT Matahari Departement Store Tbk (LPPF) juga menguat 10% menjadi Rp 10 ribu/lembar dan di urutan ketiga PT Supra Boga Lestari Tbk (RANC) naik 5,45% menjadi Rp 330/lembar. Sementara saham sektor ritel yang mengalami penurunan adalah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) sebesar 4,92%. Kemudian diikuti PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) terkoreksi 3,54%, lalu PT Hero Supermarket Tbk (HERO) 2,7%, dan PT Midi Utama Indonesia Tbk (MIDI) 2,38%.



Naik/Turun Saham Sektor Ritel (29 Des 2017-5 Mar 2018)



(sumber : katadata.com)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Nilai Perusahaan merupakan faktor dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya.
2. Prospek beberapa emiten sektor ritel mengalami kenaikan sementara pada saat ini terjadi penurunan konsumsi masyarakat seiring melambatnya perekonomian domestik dan munculnya fenomena belanja online.
3. Terdapat inkonsisten hasil penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah sangat diperlukan dalam penelitian, ini agar masalah yang akan dibahas tidak melebar dari penelitian ini. Hal ini penting agar masalah yang dikaji menjadi jelas dan tujuan pemecahan masalah menjadi tepat, jika pembahasan tentang masalah terlalu luas, solusinya menjadi tidak terpusat pada masalah tersebut, sehingga masalah yang akan dibahas dibatasi yaitu variabel Independen adalah sebagai berikut:

- a. Likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio*
- b. *Leverage* diproksikan dengan DAR (*Debt Asset Ratio*)
- c. Profitabilitas diproksikan dengan ROA (*Return On Asset*)
- d. Pertumbuhan penjualan diproksikan dengan SG (*Sales Growth*)

Sedangkan untuk variabel dependen yaitu nilai perusahaan diproksikan dengan PBV (*Price To Book Value*)

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembahasan masalah diatas maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
4. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan masalah penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
4. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi pengguna laporan keuangan, Sebagai bahan masukan dan saran bagi pihak – pihak yang ingin melakukan pendanaan / investasi kepada perusahaan, agar lebih mengetahui apa yang terjadi sebenarnya pada kinerja perusahaan tersebut dengan melihat laporan keuangan yang telah disajikan dan melakukan suatu analisis terhadap laporan keuangan tersebut.
2. Bagi Institusi, Untuk mahasiswa fakultas ekonomi khususnya program studi akuntansi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi perkembangan

studi akuntansi keuangan dengan memberikan gambaran ratio keuangan terhadap nilai perusahaan di laporan keuangan perusahaan.

3. Bagi Penulis, Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti ujian sidang skripsi jurusan S-1 Akuntansi di Universitas Darma Persada dan juga menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya mengenai pengaruh likuiditas, leverage, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan yang tersaji di laporan keuangan perusahaan dan mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari dalam dunia kerja.

