

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi yang semakin maju menuntut setiap perusahaan untuk dapat bersaing secara efektif dan efisien dengan menghasilkan produk yang berkualitas baik untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain demi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Salah satu hal yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menunjang keberlangsungan hidup perusahaannya adalah dengan menampilkan performa terbaik yang akan berdampak terhadap kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya dan mempermudah perusahaan dalam memperoleh dana atau tambahan modal dengan menjual sahamnya kepada masyarakat melalui pasar modal.

Di pasar modal terdapat banyak sekali perusahaan dari berbagai sektor industri, salah satunya adalah sektor ritel. Hingga tahun 2021 sudah terdapat 27 perusahaan ritel yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ritel adalah kegiatan pelayanan dalam pendistribusian barang ataupun jasa yang dilakukan secara langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, konsumen mengambil barang sendiri dari rak-rak dagangan yang sifatnya pribadi (untuk digunakan sendiri bukan bisnis) secara eceran. (Adriyanto, et al, 2020). Bisnis ritel di Indonesia tumbuh secara pesat sejak tahun 1960an. Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) hingga saat ini sudah terdapat 45.000 gerai toko ritel diseluruh Indonesia.

Dari laporan *Global Retail Development Index (GRDI)* yang merupakan indeks yang mengukur investasi, potensi, dan daya tarik sektor ritel di 200 negara berkembang di dunia. Variabel dalam GRDI antara lain adalah besarnya pasar, risiko, saturasi pasar, dan rata-rata pertumbuhan, dapat dilihat dalam laporan tersebut tahun 2021 yang dirilis perusahaan konsultan global A.T. Kearney pada Januari 2021, menetapkan Indonesia pada peringkat keempat dari dua ratus negara berkembang dengan potensi ritel paling menarik. Dengan populasi 272 juta jiwa penjualan ritel Indonesia sepanjang tahun 2021 mencapai angka 407 US dollar. Hal ini menandakan stabilitas dan optimisme akan tumbuhnya bisnis ritel ke depan di pasar negara berkembang. Berikut ini adalah data 2021 *Global Development Index*.

Figure 1  
**2021 Global Retail Development Index**

2021 rank	Country	Population (million)	GDP PPP per capita (US\$)	National retail sales (US\$ billion)	Market attractiveness	Country risk	Market saturation	Time pressure	Final 2021 score
1	China	1,402	17,192	4,072	100.0	88.4	13.1	100.0	72.8
2	India	1,400	5,461	1,163	59.1	50.7	63.7	82.7	64.4
3	Malaysia	33	27,402	112	74.5	74.0	27.2	43.9	54.1
4	Indonesia	272	12,222	407	51.3	30.7	57.6	60.7	53.0
5	Bangladesh	170	5,307	171	15.7	2.4	96.0	88.4	53.0
6	Morocco	36	7,620	46	31.5	92.6	65.5	51.8	52.2
7	Egypt	101	12,790	200	34.3	20.5	71.5	73.8	52.0
8	Ghana	31	5,693	24	13.5	70.2	96.5	52.7	51.9
9	Vietnam	96	10,869	125	27.8	42.2	56.0	98.4	51.8

Sumber: AT Kearney 2021.

Berbeda dengan data yang disampaikan oleh Survei Penjualan Eceran dari laporan Bank Indonesia menunjukkan penurunan kinerja ritel dari sisi rata-rata pertumbuhan penjualan. Meskipun mengalami fluktuatif namun trennya

cenderung menurun selama periode 2015-2021. Berikut ini adalah data grafik rata-rata pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia setiap tahun selama periode 2015-2021.



Sumber: Bank Indonesia 2021

Berdasarkan pada grafik diatas, rata-rata pertumbuhan penjualan ritel selama periode 2015-2021 mengalami kenaikan penurunan tren. Pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan ritel mengalami penurunan yang sangat tajam dari tahun 2016 yaitu sebesar 2,93%. Hal ini disebabkan sepanjang tahun 2017 banyak pengusahaan besar pada sektor ritel yang menutup gerai offlinenya. Sedangkan pada tahun 2020 pertumbuhan penjualan ritel mengalami penurunan yang sangat tajam sebesar -11,73%. Hal ini disebabkan karena sepanjang tahun 2020 terjadi wabah virus Covid19 diseluruh dunia termasuk Indonesia yang mengharuskan karantina wilayah dan pembatasan mobilitas masyarakat yang diterapkan oleh peraturan pemerintah. Peraturan ini

mangharuskan masyarakat untuk berdiam diri dirumah dan menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat yang berimbas pada sector ritel, namun pada tahun 2021 pertumbuhan penjualan ritel mulai mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 0,65% hal ini disebabkan karna sepanjang tahun 2021 wabah virus covid-19 sudah mulai mereda dan membaik, sehingga daya beli masyarakat yang menjadi meningkat pula karna pembatasan mobilitas sudah mulai dikurangi dan juga akan kebutuhan masyarakat yg semakin meningkat pula.

Walaupun sepanjang tahun 2017 hingga 2021 mengalami kenaikan dan penurunan tren pertumbuhan penjualan ritel, namun masih ada harapan untuk para investor melakukan investasi pada perusahaan ritel. Hal ini bisa dilihat bahwa masyarakat tidak bisa terlepas dari kebutuhan manusia sehari-hari serta kegiatan belanja yang praktis yang dapat meningkatkan kepuasan tersendiri. Selain itu setiap perusahaan pasti mempunyai strateginya masing-masing untuk meningkatkan laba perusahaan. Kendati demikian investor bisa melirik kepada perusahaan-perusahaan ritel yang stabil secara fundamental dan berpotensi menghasilkan return yang tinggi.

Salah satu cara yang dilakukan investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan adalah dengan melihat perkembangan harga saham yang beredar di pasar modal yang dimana merupakan poin utama yang menjadi perhatian investor. Harga saham mewakili nilai perusahaan yang dimana menurut Fakhruddin dan Hadianto, (2001) Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya

terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga saham, maka nilai perusahaan dan keuntungan yang diterima investor juga akan meningkat.

Perubahan harga saham yang terjadi di lantai bursa dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap suatu perusahaan. Harga saham terbentuk berdasarkan permintaan dan penawaran dari investor yang ada di pasar. Berdasarkan Teori *Chaos*, harga saham di pasar ditentukan oleh dua hal, yang pertama adalah faktor emosional investor, hal ini terlihat dari pergerakan saham dalam pasar modal disebabkan oleh harga yang ditawarkan perusahaan. Berikutnya yang kedua adalah faktor rasional, dimana harga saham terbentuk atas informasi fundamental yang ada dalam perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Sunariyah (2014) terdapat dua analisis untuk melakukan investasi dalam bentuk saham yang dapat digunakan oleh investor, yaitu analisis teknikal serta analisis fundamental. Analisis teknikal, menguji pergerakan harga saham dengan menggunakan data pasar yang dipublikasi seperti volume perdagangan saham, indeks harga saham individu maupun gabungan, serta faktor-faktor lain yang bersifat teknis. Analisis fundamental, mengukur kinerja harga saham melalui laporan data keuangan perusahaan (misalnya laba, dividen yang dibayar, penjualan dan lain sebagainya). Analisis fundamental memiliki dua model penilaian saham yang sering digunakan, yaitu pendekatan *Present Value*

dan pendekatan *Price Earning Ratio*. Analisis teknikal mendasarkan pada data-data pasar di masa lalu seperti data harga saham dan volume penjualan saham, sebagai dasar untuk mengestimasi harga saham di masa mendatang (Tandelilin, 2010).

Menurut Herlianto (2010), analisis perusahaan bisa memberikan gambaran kepada investor tentang nilai perusahaan, karakteristik internal perusahaan, kualitas perusahaan, kinerja manajemen dan prospek perusahaan di masa mendatang. Cara memilih perusahaan dengan menggunakan data laporan keuangan adalah dengan membandingkan antara beberapa perusahaan dalam industri yang sama. Investor dapat membandingkan angka penjualan, laba bersih atau pertumbuhan diantara perusahaan dengan menggunakan rasio.

*Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang paling umum digunakan untuk menilai apakah investasi dalam modal menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* (PER) memiliki keuntungan antara lain karena kesederhanaan dan kepraktisannya, serta adanya standar yang memudahkan investor dalam membandingkan nilainya dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Hal ini menyebabkan investor mempertimbangkan penggunaan *price earning ratio* untuk membantu menentukan harga.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Ratio ini menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar (Harahap, 2016). Semakin tinggi ratio ini, kemampuan perusahaan tidak mampu membayar

kewajibannya juga semakin besar. Suatu perusahaan yang menggunakan hutang akan lebih berisiko dari pada perusahaan tanpa hutang, karena selain mempunyai risiko bisnis, perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai risiko keuangan (Sawir, 2015). Hal tersebut berarti perusahaan memiliki risiko tinggi yang akan menyebabkan investasi saham kurang menarik sehingga berpengaruh terhadap turunnya *Price Earning Ratio*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari, et al., 2021), (Wiliyanti, et al., 2020), (Martono, 2019), (Sijabat, et al., 2018), dan (Mahfudz, dan Sulistyawati, 2016) yang menjelaskan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio* perusahaan. Dan hasil penelitian tidak sejalan dilakukan oleh (Ridwan, et al., 2019, (Ramela, et al., 2018) dan (Kristiyani, 2014), yang menjelaskan bahwa *Debt To Equity Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi *Price Earning Ratio* adalah *Total Asset Turn Over* yang dimana *Total Asset Turn Over* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva (Kasmir, 2016). Menurut Syamsuddin (2011), *Total Asset Turnover* (TATO) menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan didalam menghasilkan volume penjualan tertentu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Total Asset Turnover* (TATO) adalah cara perusahaan dalam memanfaatkan semua aset yang dimiliki perusahaan secara efisiensi dengan menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio *Total Asset Turnover*

(TATO) berarti semakin efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva dalam menghasilkan penjualan. Sebaliknya, rasio *Total Asset Turnover* (TATO) yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat memanfaatkan aset yang dimiliki secara efisiensi dan optimal. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari, et al., 2021), yang menjelaskan bahwa *Total Asset Turn Over* tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* perusahaan. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wiliyanti, et al., 2020) yang menjelaskan bahwa *Total Asset Turn Over* berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*.

Rasio *Return On Asset* juga termasuk salah satu yang dapat mempengaruhi yang dimana *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu (Kodrat dan Indonanjaya, 2010). Konsep profitabilitas dalam teori keuangan sering dijadikan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan yang mewakili kinerja manajemen. Tingkat ROA yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan prospek pertumbuhan laba yang bagus (Harmono, 2009). Semakin banyak laba yang dihasilkan oleh perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham. Kinerja perusahaan yang baik dan kemungkinan adanya pembagian dividen meningkatkan ketertarikan bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh, (Yusuf, 2014), yang menjelaskan bahwa *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio* perusahaan Dan hasil penelitian tidak sejalan dilakukan oleh (Sijabat, et al., 2018), dan (Kristiyani,

2014), yang menjelaskan bahwa *Return On Asset* tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*.

Dari beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio diperoleh hasil yang berbeda-beda dan objek penelitian yang berbeda, dan hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turn Over* (TATO), dan *Return On Asset* (ROA terhadap *Price Earning Ratio* (PER) Pada Perusahaan Subsektor Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021”.

## **1.2. Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, dan Rumusan Masalah.**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dilihat bahwa banyak faktor-faktor yang bisa mempengaruhi *Price Earning Ratio* perusahaan, Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan variable yang bisa mempengaruhi *Price Earning Ratio*. Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian dengan hasil penelitian yang berbeda-beda dan objek yang berbeda. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan objek penelitian yaitu perusahaan ritel mengenai, Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Total Asset Turn Over* dan *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*.

### 1.2.2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, serta keterbatasan waktu, materi dan biaya dalam melakukan penelitian ini. Maka peneliti membatasi penelitian ini dengan ruang lingkup dan variable yang telah ada sebagai berikut:

1. *Debt To Equity Ratio (DER)*
2. *Total Asset Turn Over (TATO)*
3. *Return On Asset (ROA)*
4. Bidang perusahaan yaitu ritel
5. Periode data laporan keuangan perusahaan 2017-2021

Hal ini dilakukan agar peneliti bisa melakukan penelitian dengan fokus dan bisa mendalami permasalahan serta dapat menghindari penafsiran yang berbeda pada konsep dalam penelitian.

### 1.2.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Debt To Equity Ratio* mempunyai pengaruh terhadap *Price Earning Ratio*?
2. Apakah *Total Asset Turn Over* mempunyai pengaruh terhadap *Price Earning Ratio*?

3. Apakah *Return On Asset* mempunyai pengaruh terhadap *Price Earning Ratio*?
4. Apakah *Debt to Equity Ratio*, *Total Asset Turn Over*, dan *Return On Asset* mempunyai pengaruh terhadap *Price Earning Ratio*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, Batasan masalah, dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Melakukan analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap *Price Earning Ratio*.
2. Melakukan analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Total Asset Turn Over* terhadap *Price Earning Ratio*.
3. Melakukan analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*.
4. Melakukan analisis untuk mengetahui pengaruh, *Debt to Equity Ratio*, *Total Asset Turn Over*, dan *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang Manajemen Keuangan khususnya mengenai *Debt to Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turn Over*

(TATO), dan *Return On Asset* (ROA), yang bisa mempengaruhi *Price Earning Ratio* (PER) pada Perusahaan Ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2021.

## 2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan dibidang Manajemen Keuangan khususnya mengenai *Debt to Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turn Over* (TATO), dan *Return On Asset* (ROA), yang bisa mempengaruhi *Price Earning Ratio* (PER) pada Perusahaan Ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021.

## 3. Bagi Perusahaan Ritel

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan yang dapat bermanfaat bagi Perusahaan Ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengenai *Debt to Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turn Over* (TATO), dan *Return On Asset* (ROA), yang bisa mempengaruhi *Price Earning Ratio* (PER) perusahaan.