

BAB 1

PENDAHULUAN

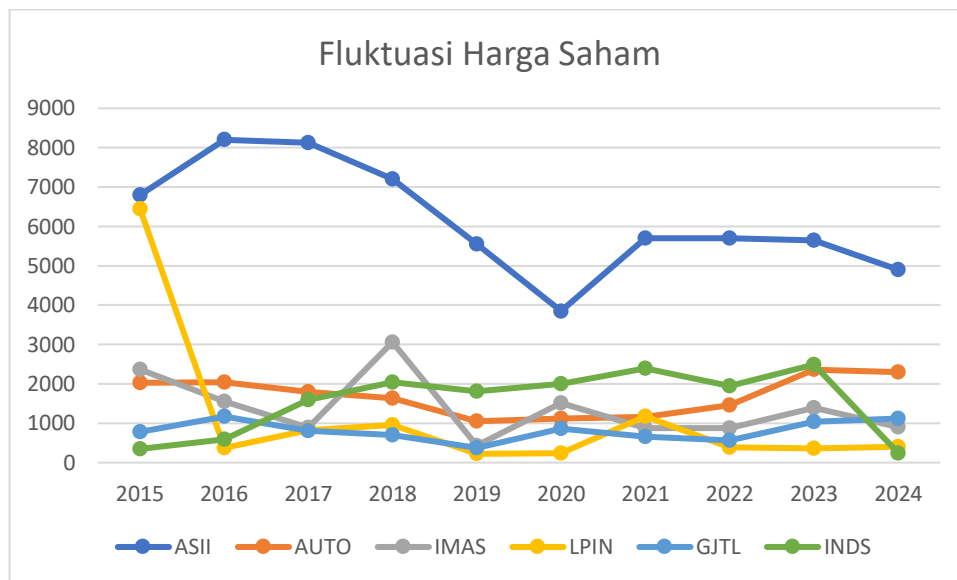
1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat di era globalisasi ini semakin banyak jumlah perusahaan yang didirikan, sehingga mendorong terjadinya persaingan yang ketat antar perusahaan (Clarinda *et al.*, (2023). Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk mencapai nilai tambah, terutama dalam hal menghasilkan laba. Prinsip ekonomi perusahaan tidak hanya berpedoman pada keuntungan yang maksimal, tetapi juga untuk meningkatkan nilai perusahaan, kemakmuran pemilik, dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan (Fridayanti *et al.*, 2023).

Industri sub sektor otomotif di Indonesia yang menjadi sektor industri unggulan yang berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, juga merupakan salah satu pasar industri yang potensial, hal ini terlihat dari jenis dan jumlah yang di produksi (Dita Yulia Anggraina Musdalifa, 2023). Industri otomotif, sebagai penghasil berbagai merek kendaraan, telah membantu mempermudah aktivitas manusia, meningkatkan efisiensi, dan menghemat waktu dalam berpergian. Industri ini menjadi sangat penting di Indonesia, diwujudkan oleh banyaknya perusahaan otomotif yang berdiri di negara ini. Produksi kendaraan bermotor, seperti mobil dan motor, tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi nasional (Firdausi & Fitria, 2024).

Perusahaan yang sudah berstatus terbuka (*go public*) dapat menggunakan pendanaan modal sendiri yang berupa saham atau hutang kepada pihak ketiga atau bahkan mendapatkan pendanaan yang lebih besar dengan pertimbangan menjual sahamnya kepada masyarakat luas. Perusahaan harus terbuka akan semua informasi tentang perusahaan kepada publik khususnya investor yang telah membeli saham perusahaan serta kepada pihak-pihak lain (*stakeholders*) (Novita & Hwihanus, 2024).

Perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2015-2024 menghadapi permasalahan signifikan yang dipicu oleh penurunan daya beli masyarakat dan gangguan rantai pasok akibat pandemi COVID-19 serta tekanan ekonomi makro. Penurunan penjualan kendaraan secara berkelanjutan menyebabkan pendapatan perusahaan menurun, bahkan beberapa mencatat kerugian bersih (GAIKINDO, 2020). Struktur modal yang kurang sehat dengan peningkatan liabilitas dan penurunan ekuitas juga meningkatkan risiko keuangan, sehingga menurunkan kepercayaan investor dan menekan harga saham lebih lanjut (EmitenNews, 2021). Kondisi ini menggambarkan tekanan berkelanjutan pada nilai perusahaan akibat kombinasi faktor internal dan eksternal, serta ketidakpastian pasar yang masih berlangsung hingga 2024. Penurunan pendapatan dan laba bersih yang dialami perusahaan otomotif menyebabkan sentimen negatif di pasar saham, yang kemudian memicu aksi jual dan tekanan harga saham sehingga banyak saham otomotif tercatat berada di bawah nilai bukunya (CNBC Indonesia, 2024), dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:



Sumber: www.idx.co.id (Data Diolah 2025)

Gambar 1. 1 Fluktuasi Harga Saham (2015-2024)

Gambar di atas menunjukkan fluktuasi harga saham dari beberapa emiten utama sektor otomotif di Indonesia, yaitu ASII, AUTO, IMAS, LPIN, GJTL, dan INDS, selama periode 2015 hingga 2024. Data tersebut mengindikasikan adanya volatilitas yang cukup tinggi dalam pergerakan harga saham sektor otomotif, dengan sebagian besar emiten mengalami penurunan yang signifikan, khususnya pada tahun 2020–2021 yang bertepatan dengan dampak pandemi COVID-19. Saham ASII pada 2020 turun drastis, mencerminkan tekanan besar terhadap kinerja perusahaan akibat menurunnya daya beli masyarakat dan melemahnya permintaan kendaraan. AUTO, IMAS, LPIN, GJTL dan INDS juga menunjukkan fluktuasi tajam yang memperlihatkan ketidakstabilan pasar. Meskipun beberapa perusahaan mulai pulih setelah 2021, namun harga saham belum kembali ke level sebelum pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan otomotif belum mampu

mempertahankan tren pertumbuhan harga saham yang konsisten, yang berpotensi memengaruhi persepsi investor dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Suatu perusahaan yang didirikan memiliki tujuan utama adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dalam waktu yang tidak terbatas (Clarinda, 2023). Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting dalam sebuah perusahaan, khususnya dalam keberlangsungan hidup perusahaan (Fridayanti *et al.*, 2023). Menurut Amrulloh dan Amalia (2020) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja keuangan perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar (Rahmiyati *et al.*, 2022). Rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya (Hutagalung, 2022).

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan di ukur dengan *Price Book Value* (PBV), rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. PBV didefinisikan sebagai perbandingan nilai pasar suatu saham dengan nilai bukunya, lalu harga saham dapat diukur, termasuk apakah saham itu terlalu dihargai atau tidak. Pilihan ini membantu investor memprediksi keuntungan dan kerugian yang

mungkin terjadi di masa depan. Rasio harga terhadap buku (PBV) adalah cara untuk mengevaluasi nilai suatu perusahaan. Dalam kebanyakan kasus, rasio PBV lebih besar dari satu menunjukkan perusahaan yang solid (Yulianti *et al.*, 2024).

Indikator *Price to Book Value* (PBV) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan mengetahui rasio PBV, investor dapat mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, *undervalued*, dan *overvalued* (Kurniawati & Idayati, 2021). Terdapat beberapa faktor yang dapat dihubungkan dengan nilai perusahaan diantaranya struktur modal, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan.

Struktur modal merupakan pertimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa (Zalukhu & Pratiwi, 2024). Struktur modal berupa perkiraan finansial perusahaan berasal dari utang jangka panjang dan modal sendiri yang memiliki fungsi untuk membiayai segala aktivitas atau keperluan perusahaan (Salsabila & Afriyenti, 2022). Keputusan perusahaan dalam menggunakan hutang didasarkan atas keseimbangan dalam penghematan pajak dan biaya kesulitan dalam keuangan. *Trade-off theory* menyatakan bahwa tingkat hutang yang optimal tercapai ketika penghematan pajak mencapai jumlah yang maksimal terhadap biaya kesulitan keuangan, artinya terjadi keseimbangan antara manfaat dan pengorbanan yang timbul akibat penggunaan hutang (Megawati *et al.*, 2021).

Struktur modal dapat diukur dengan tingkat *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan total hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Semakin besar DER maka semakin besar pula resiko yang harus dihadapi perusahaan, karena pemakaian hutang sebagai sumber pendanaan jauh lebih besar daripada modal sendiri (Salsabila & Afriyenti, 2022). Rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan pengukur berdasarkan teori *trade-off* yang menyatakan bahwa penggunaan utang dapat mengurangi beban pajak dan biaya agensi, rasio ini menunjukkan seberapa besar total aktiva perusahaan yang dibiayai dengan total utang. Namun, semakin tinggi rasio ini, semakin banyak pendanaan utang yang ada. Perusahaan yang menggunakan hutang akan mendapatkan penghematan pajak sehingga laba yang diperoleh lebih besar (Sabakodi & Andreas, 2024).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi, 2023), (Alifian & Susilo, 2024), (Sapna *et al.*, 2025), (Rosada *et al.*, 2025), (Sari *et al.*, 2025) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian lain oleh (Safaruddin *et al.*, 2023), (Aru & Widati, 2022), (Astuti, 2025), (Suwantono & Indah, 2025), (Galbanero *et al.*, 2025) menyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merujuk pada parameter yang menunjukkan skala perusahaan, baik besar atau kecilnya. Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan laba yang tinggi. Semakin besar suatu perusahaan berarti masyarakat

akan semakin kenal dan mempermudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fajriah *et al.*, 2022).

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *logaritma natural* (Ln) dari total penjualan (Sholikhah, 2022). Perusahaan yang besar umumnya memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam masalah pendanaan melalui pasar modal, sehingga perusahaan besar memiliki kemudahan dan kemampuan lebih dalam mendapatkan dana. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki sumber permodalan yang lebih terdiversifikasi, sehingga ukuran perusahaan merupakan *proxy* kebalikan dari kemungkinan kebangkrutan (Wiastono & Kristian, 2023). Biaya menambah hutang dan modal sendiri juga berhubungan dengan ukuran perusahaan. Perusahaan kecil cenderung membayar biaya modal sendiri dan biaya hutang jangka panjang lebih mahal daripada perusahaan besar, sehingga perusahaan kecil mungkin menyukai hutang jangka pendek daripada meminjam hutang jangka panjang karena biayanya yang lebih rendah (Silalahi & Sihotang, 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Purba *et al.* (2025), Duano *et al.* (2025), Dewita *et al.*, (2025), Isnaeni *et al.* (2021), Hidayat & Khotimah (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian lain oleh Sunarya (2025). Wahyuningsih *et al.* (2025), Enjelie dan Anggraeni (2024), Fajriah *et al.* (2022), Clarinda *et al.* (2023) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain struktur modal dan ukuran perusahaan, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan

peningkatan ataupun penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan. Sehingga pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari naik ataupun turunnya total aset periode saat ini dengan periode sebelumnya (Karuni, 2022). Perusahaan yang memiliki aset meningkat maka hasil operasionalnya juga cenderung meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan kepercayaan pihak investor (eksternal) terhadap perusahaan (Yanti *et al.*, 2023).

Dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan pertumbuhan total aktiva. *Total Asset Growth* (TAG) adalah selisih total aktiva pada masa sekarang dengan masa sebelumnya terhadap total aktiva pada masa sebelumnya (Wimartfian *et al.*, 2024). *Total Asset Growth* (TAG) merupakan metode dipekerjakan untuk mengevaluasi perkembangan bisnis. Selisih total aset masa lalu dan masa kini diwakili oleh TAG. Pertumbuhan positif bagi perusahaan dapat disimpulkan jika jumlah aset tumbuh dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan hasil operasional akan diikuti dengan peningkatan ekspansi aset (Renda *et al.*, 2023). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik akan membuat investor memberikan signal positif untuk melakukan investasi, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Karuni, 2022).

Perusahaan yang tumbuh cepat biasanya meraih keuntungan dan reputasi baik, namun agar biaya tidak membengkak saat ekspansi, pengendalian operasional dan manajemen biaya yang efektif harus diterapkan. Pertumbuhan pesat sering membutuhkan dana besar, sehingga perusahaan cenderung mempertahankan laba (Abdhillah & Hwihanus, 2023). Perusahaan dikatakan tumbuh dan berkembang apabila mampu meraih laba, meningkatkan kesejahteraan pemegang saham,

memperoleh proyek berkelanjutan, serta bersaing dengan perusahaan lain (Yanti *et al.*, 2023)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chynthiawati dan Jonnardi (2022), Fajriah *et al.* (2022), Silalahi dan Sihotang, (2021), Aditomo dan Meidiyustiani (2023), Baihaqi (2023) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Krisnando dan Novitasari (2021), Isnaeni *et al.* (2021), Putri dan Diantini (2022), Clarinda *et al.* (2023), Dharmaputra *et al.* (2022) menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Setelah melihat beberapa penelitian sebelumnya masih ada perbedaan hasil atau pendapat mengenai struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti kembali apakah setiap variabel berpengaruh positif atau negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dan fenomena yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI?

2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.
3. Untuk menganalisis apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam suatu perusahaan dan sebagai bahan referensi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, sebagai penambahan wawasan penulis dalam pemahaman mengenai nilai perusahaan serta sebagai media untuk belajar dalam memecah masalah,
2. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi peneliti perusahaan Otomotif pada Bursa Efek Indonesia.
3. Bagi akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan.