

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri telekomunikasi telah menjadi salah satu sektor tumpuan pertumbuhan ekonomi. Hadirnya era digital, kemudian pandemi yang menghantam, membuat sektor yang satu ini kian jadi andalan. Perusahaan telekomunikasi Indonesia berpeluang turut meraup manfaat dari pertumbuhan ekonomi yang terjadi, khususnya di pasar korporasi dan UMKM. Peluang bisnis industri telekomunikasi pada 2023 tidak hanya berada di segmen ritel (B2C), juga di segmen korporasi (B2B).

Pada saat ini perusahaan telekomunikasi merupakan salah satu industri yang sangat bersaing, cepat berubah, serta dinamis. Subsektor telekomunikasi sudah melakukan perubahan perkembangan sejak pemerintah mengizinkan pihak swasta untuk melancarkan jaringan serta jasa telekomunikasi. Pada saat itu juga produk jasa dari perusahaan telekomunikasi terus bermunculan, dan hal tersebut memaksa perusahaan-perusahaan telekomunikasi berkompetisi untuk menghasilkan kinerja yang maksimal. Industri telekomunikasi selain menjanjikan prospek juga dihadapkan pada beberapa provokasi yang berat. Pengaruh globalisasi ekonomi telah mendorong deregulasi yang mengakibatkan persaingan semakin ketat.

Sebuah perusahaan tentunya memiliki cara tersendiri untuk bertahan dalam persaingan. Salah satu upaya yang hendak dicapai pada setiap perusahaan adalah memberikan kesejahteraan bagi para pemegang saham yang diwujudkan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Fitriasari & Ratna Sari, 2019). Perusahaan harus lebih memfokuskan penilaian kinerja pada penciptaan nilai (*value creation*). Nilai merupakan daya guna atau manfaat yang diterima oleh pemegang saham. Seorang investor yang rasional tentu akan mendasarkan keputusannya pada data keuangan yang paling up to date, bukan pada data yang bersifat historis.

EVA merupakan suatu alat analisis finansial untuk menilai profitabilitas yang realistis dari operasi perusahaan dan EVA mempergunakan biaya modal

dalam perhitungannya. Sejak tahun 1990-an dunia bisnis mengenal pendekatan baru dalam mengukur profitabilitas perusahaan, yang dikenal dengan konsep nilai tambah ekonomi atau *Economic Value Added* (EVA). Konsep ini pertama kali dipopulerkan oleh *Stern Stewart Management Service* yang merupakan perusahaan konsultan dari New York, Amerika Serikat pada tahun 1989. Perusahaan konsultan yang didirikan oleh Joen M.Stern dan G.Bennet Steward III.

EVA merupakan jawaban atas metode penelitian yang lebih baik terhadap kinerja operasional perusahaan. Hal ini dikarenakan EVA memasukkan nilai biaya modal dalam perhitungannya untuk mengetahui penambahan nilai ekonomis perusahaan. Dengan menghitung semua biaya modal maka akan nampak kemampuan riil perusahaan dalam menciptakan nilai tambah perusahaan. Perusahaan yang tampak memiliki laba bersih tinggi, belum tentu mampu menciptakan nilai bagi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki EVA yang bagus, dapat dipastikan laba bersihnya bagus pula. Berikut Nilai Perusahaan dengan Metode EVA Pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022:

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan dengan Metode EVA
Pada perusahaan Telekomunikasi
yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

No	Nama Perusahaan	Nilai EVA (dalam jutaan)						Rata-rata
		2018	2019	2020	2021	2022		
1	PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk.	14.897	87.865	88.392	406.713	219.746	40.478	
2	PT Bali Towerindo Sentra Tbk.	48.383	79.145	79.732	126.876	136.710	94.169	
3	Bakrie Telecom Tbk	- 1.384.655	5.969.716	- 4.945.807	- 853.668	- 524.074	- 347.698	
4	PT XL Axiata Tbk	- 3.051.435	1.229.469	- 2.258.044	1.425.160	1.259.901	- 278.990	
5	PT Smartfren Telecom Tbk	- 127.824	9.981	- 79.629	- 492.910	- 1.108.265	- 359.729	
6	PT Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk.	6.891	15.237	17.108	5.532	7.394	10.432	
7	Inti Bangun Sejahtera Tbk	196.587	231.739	173.301	182.293	307.922	218.368	
8	PT Indosat Tbk	- 1.340.665	1.365.086	927.204	5.546.711	4.668.560	2.233.379	
9	First Media Tbk	- 1.144.841	- 222.665	- 3.322.124	- 1.281.443	- 286.117	- 1.251.438	
10	PT Link Net Tbk.	755.600	921.859	956.320	693.909	354.727	736.483	
11	Solusi Tunas Pratama Tbk	- 261.108	448.052	163.315	484.219	1.167.456	400.387	
12	PT Tower Bersama Infrastructure Tbk	892.597	3.502.299	4.130.286	3.539.687	3.303.863	3.073.746	
13	PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk	- 25.188.412	28.568.218	27.563.413	27.778.581	23.810.184	16.506.397	
14	Sarana Menara Nusantara Tbk	1.909.221	2.580.805	2.613.507	- 2.432.653	4.511.433	1.836.463	
15	PT Maharaksa Biru Energi Tbk	- 739	673	2.064	59	42.076	8.558	
16	PT Mora Telematika Indonesia Tbk	86.180	223.809	256.653	- 446.647	584.699	140.939	
17	PT LCK Global Kedaton Tbk	2.607	121	1.467	- 9.206	6.260	2.254	
18	PT Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk	34.232	32.593	42.069	52.943	44.144	41.196	
19	PT Jasnita Telekomindo Tbk	289	522	3.859	- 7.498	- 5.677	- 3.244	
	Rata-rata	- 1.502.747	2.361.445	1.389.756	1.827.298	2.002.575	1.215.665	

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, terlihat bahwa secara rata-rata nilai tambah Perusahaan Telekomunikasi mengalami fluktuasi, bahkan pada tahun 2018 tidak mampu memberikan nilai tambah. Selain itu, terdapat 32% Perusahaan yang secara rata-rata dari tahun 2018-2022 tidak mampu menghasilkan nilai tambah. Artinya terdapat masalah pada Nilai Tambah Perusahaan Telekomunikasi yaitu bagaimana mencapai dan meningkatkan nilai perusahaan dan investor tertarik bahkan mampu meningkatkan perekonomian nasional. Oleh karena itu, sangat penting mengetahui faktor apa saja yang memberikan kontribusi terhadap pencapaian dan peningkatan nilai tambah perusahaan.

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan alat ukur suatu perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan tersebut dalam memenuhi seluruh aspek kewajiban keuangannya. Penelitian ini memproksikan *Leverage* dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) . DER merupakan sebuah rasio atau pengukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan Perusahaan dalam membayar utang menggunakan modal yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut. Semakin rendah nilai DER (dibawah nilai 1 atau 100%), maka semakin kecil risiko investasi yang ditanggung dan semakin besar keuntungan yang dapat dibagikan kepada para investor. Dengan demikian, nilai perusahaan dapat meningkat dan akan menarik minat investor dalam menanam modal pada Perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan. Seperti yang telah dibuktikan oleh penelitian sebelumnya, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Muharramah & Hakim (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Permana & Rahyuda (2019).

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan alat untuk mengetahui kapasitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba. Penelitian ini menggunakan rasio Return on Equity (ROE) sebagai proksi dalam profitabilitas. ROE menunjukkan seberapa baik Perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya.

Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi pula kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak yang lebih baik. Artinya, Ketika keuntungan para pemegang saham meningkat, maka reputasi Perusahaan pun akan meningkat. Sehingga adanya hal tersebut, dapat meningkatkan nilai Perusahaan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutammimah (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dan Trisnawati (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

Faktor ketiga yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran Perusahaan merupakan sumber informasi dengan memberikan gambaran seberapa besar Perusahaan tersebut. Ukuran Perusahaan mengacu pada total asset suatu Perusahaan. Dengan kata lain, besar kecilnya suatu Perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total asset Perusahaan tersebut. Pada penelitian ini digunakan *logaritma natural* (\ln) sebagai proksi total asset suatu Perusahaan, Dimana total asset menggambarkan besar kecilnya ruang lingkup suatu Perusahaan. Logaritma natural digunakan untuk menghindari perbedaan besar pada total asset setiap Perusahaan. Semakin besar total asset suatu Perusahaan, maka semakin mudah bagi pihak manajemen memanfaatkan asset tersebut untuk mengelola Perusahaan. Selain itu, Perusahaan juga lebih mudah dalam mengakses sumber pembiayaan. Hal ini menciptakan nilai tambah bagi Perusahaan melalui investor. Hal ini diperkuat dengan penelitian Kalsum (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Sembiring dan Trisnawati (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran Perusahaan terhadap nilai Perusahaan.

Faktor keempat yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *intellectual capital*. *Intellectual Capital* merupakan komponen aset tidak berwujud yang memberikan keunggulan kompetitif dan nilai tambah bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. mengukur *intellectual capital* dapat dilakukan dengan menggunakan metodologi VAICTM yang

dikembangkan oleh Pulic (2000). VAICTM menunjukkan tingkat efektivitas perusahaan dalam membangun modal intelektual. Semakin tinggi VAICTM, maka semakin banyak pula nilai tambah para pemegang saham terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Rochmah dan Priyadi (2018) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Selain itu, hasil serupa juga diperoleh dari penelitian Putri & Miftah (2021)

Berdasarkan latarbelakang tersebut maka judul penelitian ini adalah “**PENGARUH *DEBT TO EQUITY RATIO*, *RETURN ON EQUITY*, UKURAN PERUSAHAAN DAN *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut terdapat masalah penelitian yaitu bagaimana mencapai dan meningkatkan nilai perusahaan dan investor tertarik bahkan mampu meningkatkan perekonomian nasional. Dari masalah penelitian tersebut maka disusunlah pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?
2. Apakah *Return On Equity* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?
4. Apakah *Intellectual Capital* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini, yaitu :

- a. Untuk menganalisa pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022
- b. Untuk menganalisa pengaruh *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022
- c. Untuk menganalisa pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022
- d. Untuk menganalisa pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Investor
Peneliti berharap Hasil penelitian ini bisa memberikan informasi tambahan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI untuk memaksimalkan nilai tambah Perusahaan agar investor tertarik dan meminimalkan risiko kerugian investasi.
- b. Bagi Akademisi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan dan wawasan yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi, khususnya pada saat meneliti topik yang berkaitan dengan nilai perusahaan.