

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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.

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi khusus untuk bertahan dalam persaingan. Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, yang diwujudkan melalui peningkatan nilai perusahaan (Fitriasari & Ratna Sari, 2019) (Qurrotulaini & Anwar, 2021). Perusahaan perlu lebih menekankan penilaian kinerja pada penciptaan nilai. Nilai adalah manfaat atau kegunaan yang diterima oleh para pemegang saham. Investor yang rasional tentu akan membuat keputusan berdasarkan data keuangan terbaru, bukan pada data yang bersifat historis.

Economic Value Added (EVA) adalah alat analisis finansial yang digunakan untuk menilai profitabilitas operasi perusahaan secara realistis, dengan memasukkan biaya modal dalam perhitungannya. Sejak tahun 1990-an, dunia bisnis mulai mengenal pendekatan baru dalam mengukur profitabilitas perusahaan melalui konsep nilai tambah ekonomi, atau Economic Value Added (EVA). Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Stern Stewart Management Service, sebuah perusahaan konsultan yang didirikan oleh Joen M. Stern dan G. Bennet Stewart III di New York, Amerika Serikat, pada tahun 1989 (Muhani, 2019).

Economic Value Added (EVA) dianggap sebagai metode yang lebih efektif untuk menilai kinerja operasional perusahaan karena memasukkan biaya modal

ke dalam perhitungannya untuk mengukur penambahan nilai ekonomi perusahaan. Dengan memperhitungkan seluruh biaya modal, kemampuan sebenarnya dari perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dapat terlihat. Perusahaan yang terlihat memiliki laba bersih tinggi belum tentu menciptakan nilai bagi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan EVA yang baik hampir pasti memiliki laba bersih yang baik pula. Berikut adalah nilai perusahaan menggunakan metode Economic Value Added (EVA) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022:

Tabel 1.1 Nilai Perusahaan dengan Metode EVA

No	Kode Perusahaan	Nilai EVA				Rata-Rata
		2019	2020	2021	2022	
1	CENT	985,640	-546,996	-420,944	-2,421,025	-600,831
2	BALI	17,424	459,626	549,176	541,045	391,818
3	BTEL	738,719	315,020	87,736	198,133	334,902
4	EXCL	1,573,673	-833,199	-386,045	-503,674	-37,311
5	FREN	-2,914,698	-784,968,597	321,549	630,248	-196,732,875
6	GOLD	15,823,940	16,706,235	18,946,495	20,273,967	17,937,659
7	IBST	33,713	-171,366,317	-98,972,987	-109,480,215	-94,946,451
8	ISAT	-333,737	-1,839,315	5,473,821	5,266,568	2,141,834
9	KBLV	-748,185	-623,988	-1,914,028	-216,424	-875,656
10	LINK	1,461,532	1,577,232	1,196,562	232,142	1,116,867
11	SUPR	1,033,625	22,144	7,433,756	770,825	2,315,087
12	TBIG	2,469,452	3,567,199	1,685,355	1,912,049	2,408,514
13	TLKM	-9,885,210	-1,016,787	-24,128,258	-14,776,437	-12,451,673
14	TOWR	4,430,043	4,985,343	3,333,598	4,385,806	4,283,698
15	OASA	-5,024	-508	1,325,678	-17,866,880	-4,136,684
16	LCKM	12,204	16,300	12,021	6,480	11,751
17	GHON	94,082,948	107,563,037	120,833,107	128,775,991	112,813,771
18	MORA	-974,606,065	-1,161,003	-984,302,988	-1,310,891	-490,345,237
19	JAST	-18,088,359	-7,929,838	-9,406,098	-10,582,856	-11,501,788
	Rata-Rata	46,522,019	-43,951,285	-50,438,552	307,097	-35,151,190

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, terlihat bahwa secara rata-rata nilai tambah Perusahaan Telekomunikasi terus mengalami fluktuatif. Bahkan rata-rata dalam

4 tahun terakhir Perusahaan tidak mampu memberikan nilai tambah. Selain itu, terdapat 47% Perusahaan yang secara rata-rata dari tahun 2019-2022 tidak mampu memberikan 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 *DER*. *DER* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi utang dengan modal yang dimilikinya. Semakin rendah nilai *DER* (di bawah 1 atau 100%), semakin kecil risiko yang harus ditanggung oleh investor dan semakin besar laba yang dapat diberikan kepada pemegang saham, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor untuk berinvestasi. Ini mengindikasikan bahwa *DER* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Muharramah & Hakim (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *DER* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Permana & Rahyuda (2019).

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *ROE* (*Return on Equity*). *ROE* mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Semakin tinggi *ROE*, semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak, yang berarti keuntungan bagi pemegang saham akan semakin besar, dan reputasi perusahaan akan meningkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutammimah (2019), yang menunjukkan bahwa *ROE* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019), yang membuktikan bahwa *ROE* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran ini diukur berdasarkan total aset yang dimiliki, yang berarti ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asetnya. Dalam penelitian ini, digunakan logaritma natural (\ln) dari total aset sebagai proksi untuk menggambarkan ukuran perusahaan. Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk mengurangi perbedaan besar total aset antar perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki, semakin mudah bagi manajemen untuk mengelola perusahaan dan memanfaatkan aset-aset tersebut. Selain itu, perusahaan juga akan lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan, yang pada akhirnya memberikan nilai tambah di mata investor. Hal ini didukung oleh penelitian Kalsum (2017) di mana ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini sejalan dengan Sembiring & Trisnawati (2019) yang membuktikan terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka judul penelitian ini adalah “**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2022**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mencapai dan juga meningkatkan nilai perusahaan agar investor tertarik dan bisa mampu bertahan dalam persaingan dan meningkatkan PDB Indonesia. Dari permasalahan penelitian tersebut, maka diajukan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

2. Apakah Leverage memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022
- b. Untuk menganalisis pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022
- c. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022

2. Kegunaan Penelitian

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

- a. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat 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.

