

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 – 2021 merupakan puncak adanya wabah Covid-19, yang menyebabkan banyak kerugian khususnya untuk perusahaan seperti menurunnya prestasi perusahaan. Pandemi Covid-19 berdampak serius pada semua aspek kehidupan masyarakat, termasuk menjalankan bisnis perusahaan. Selama pandemi Covid-19, akuntan dapat memberikan arahan mengenai hal ini Pengusaha menghadapi ketidakpastian dari perspektif ekonomi (Dewi dan Abundanti, 2019). Perusahaan dalam bersaing harus bisa menghadapi apa yang akan terjadi karena dalam persaingan akan dapat menciptakan nilai perusahaan agar tidak dipandang rendah oleh para (Sa'adah, 2018). Nilai tambah merupakan tujuan yang harus diapatkan oleh perusahaan, terutama dalam menghasilkan laba. Pencapaian laba maksimal merupakan penerapan prinsip perusahaan, selain pencapaian laba meningkatkan nilai dan kemakmuran pemiliknya merupakan prinsip ekonomi (Savitri dkk, 2021).

Penduduk muslim terbesar ada di Indonesia, dengan demikian indonesia menjadi pelopor dan layak sebagai kiblat kemajuan dari keuangan syariah di dunia (Isnaeni dkk, 2021). Ilmu ekonomi Islam tidak hanya membahas tentang bagaimana manusia berperilaku, tetapi juga bagaimana sebaiknya berperilaku. Ilmu ekonomi Islam mengarahkan manusia menuju pencapaian dan aktualisasi keadilan ('adl) dalam hubungan manusia melalui

seperangkat pengaturan yang dikenal sebagai halal dan haram, yaitu apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang (Pangestu dan Santoso, 2021). Perkembangan ekonomi di Indonesia sangat meningkat, karena Indonesia merupakan negara di Asia dengan penduduk muslim terbesar. Negara Indonesia mayoritas dengan penduduk beragama Islam terbesar dan sudah seharusnya Indonesia pemimpin dan arah perkembangan keuangan syariah di dunia (Santoso, 2014). Perusahaan *go public* syariah mulai meluas dikalangan masyarakat, sehingga dapat memberikan alternatif investasi syariah bagi investor (Rahmi dkk, 2017).

Nilai perusahaan apabila terjadi kenaikan maka harga saham akan mengalami kenaikan dan sebaliknya apabila nilai perusahaan mengalami kenaikan maka akan terjadi penurunan harga saham, sehingga semua itu bisa berdampak bagi pemegang saham perusahaan (Firmansyah dan Zubir, 2017). Menambah nilai perusahaan dan kekayaan untuk pemegang saham merupakan tujuan perusahaan, menambah nilai perusahaan dilihat dapat menjadi tujuan suatu perusahaan, memperbaiki nilai perusahaan berarti pemegang saham mengoptimalkan keuntungan yang diperolehnya (Anisa dkk, 2021). Harga pasar saham dapat dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar saham. Harga saham tersebut dapat dilihat melalui Bursa Efek Indonesia (BEI), saham yang terdaftar ke dalam BEI yaitu saham yang ada pada *Jakarta Islamic Index* (JII70). Saham ini termasuk kategori syariah di Indonesia yaitu *Jakarta Islamic Index* (JII70) yang diluncurkan BEI pada 17 Mei 2018. Kriteria yang dipakai masuk untuk menyeleksi saham

syariah yang menjadi konstituen JII 70 paling likuid yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan sudah dicatat. Dilihat dan dipilih dari 150 yang berdasarkan rata-rata nilai keseluruhan pasar yang paling tinggi selama satu tahun setelah memilih dari 150 saham tersebut, kemudian diambil 70 saham yang sudah dipilih berdasarkan nilai harian pasar saham.

Dilihat dari perkembangan harga saham pada *Jakarta Islamic Index* (JII70) pada periode 2020-2021, pergerakan harga IHSG pada bulan Maret mencapai 4538,93 baru kemudian pada bulan Juli mulai naik keangka 5149,627, pada akhir tahun Desember 2020 IHSG mencapai 5979,073 adapun rata-rata nilai IHSG selama pandemi Covid Maret-Desember 2020 mencapai 5089,22 (Alawiyah dan Setiyaningsih, 2021). Pada bulan Maret 2020 grafik harga saham tersebut turun sampai titik sangat jauh, akan tetapi bisa langsung menunjukkan pergerakan ke atas secara perlahan sampai pada bulan desember 2020 (Thoyib dan Nurmalia, 2022). Penurunan juga terjadi setelah pengumuman PPKM Darurat dipublikasikan, yaitu pada tanggal 2 Juli 2021. Dalam rentang waktu dua hari *Jakarta Islamic Index* (JII70) berada di zona merah yang artinya terjadi penurunan harga saham, Dimana harga saham merupakan cerminan dari kegiatan pasar modal secara umum. Peningkatan harga saham menunjukkan pasar saham dalam keadaan (bullish) dan sebaliknya, jika mengalami penurunan menunjukkan pasar saham dalam keadaan (bearis) (www.idx.co.id).

Dari fenomena yang ada dapat ditarik kesimpulan nilai perusahaan dapat menggambarkan bagaimana dengan harga saham saat ini. Dapat

dikatakan. Nilai perusahaan meningkat karena disebabkan oleh harga saham yang tinggi, apabila harga saham rendah maka dapat dipastikan nilai perusahaan akan ikut rendah. Tinjauan melalui terhadap ekuitas melalui pasar maka harga saham akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Meingkatnya kekayaan perusahaan akan mendapatkan bagian laba perusahaan yang merupakan tempat menanamkan modal bagi para investor (Dayanty dan Setyowati, 2020). Shelly (2020) dampak terjadinya Covid-19 ialah pada umumnya mampu menurunkan nilai harga saham IHSG dan pada semua sektor pasar modal pada khususnya.

Harga saham tinggi pada saat itu juga akan berpengaruh kepada perusahaan dan nilai perusahaan akan bertambah, nilai perusahaan meningkat dilihat dari harga saham. Kekayaan perusahaan dapat meningkat dengan memperoleh laba perusahaan untuk menanamkan modalnya. (Dayanty dan Setyowati, 2020). Didalam pasar modal, apabila melakukan investasi suatu perusahaan tentunya investor sangat memerlukan informasi tentang penilaian saham pada saat akan mengambil keputusan investasi. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar juga perusahaan menerima sumber pendanaan yang dapat dipakai untuk memperoleh hasil (Indriyani, 2017). Keadaan nilai perusahaan, kepercayaan publik didapatkan perusahaan setelah beberapa tahun proses operasi, yaitu saat berdirinya perusahaan hingga saat ini. (Detama dan Laily, 2021).

Kondisi nilai yang telah dicapai oleh perusahaan selama bertahun-tahun dari awal berdirinya hingga saat ini akan meningkatkan nilainya bagi investor. Nilai pemegang saham yang baik dapat dipengaruhi oleh nilai perusahaan yang meningkat, peningkatan ditandai dengan tingginya pengambilan investasi kepada pemegang saham. Harga pasar saham perusahaan mencerminkan nilai total investor atau masing-masing perusahaan individu. Harga pasar saham juga menunjukkan persepsi umum pelaku pasar, yang berfungsi sebagai pengukur kinerja manajemen perusahaan. (Dayanty dan Setyowati, 2020).

Price to book value (PBV) dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu perbandingan antara nilai buku per lembar saham dan nilai harga per lembar saham. Terdapat indikator dalam penelitian variabel nilai perusahaan yang akan dilakukan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Metode ini menunjukkan kepada manajemen bagaimana investor melihat risiko dan harapan perusahaan di masa depan. Penelitian yang akan dilakukan memakai proksi PBV untuk mengukur nilai perusahaan (Welly dkk, 2019). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor perusahaan adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Mencerminkan kinerja perusahaan merupakan salah satu efisiensi dari perusahaan itu sendiri yang berperan penting di dalam profitabilitas, profitabilitas juga memperlihatkan perusahaan akan membagikan hasil yang besar kepada investor (Suwardika dan Mustanda, 2017). Profitabilitas merupakan faktor yang dilihat dari melihat baik buruknya kinerja perusahaan terhadap profitabilitas. Rasio profitabilitas

yang disebut *Return on Asset (ROA)* yaitu rasio profitabilitas dapat menghasilkan keuntungan yang diperoleh dari aset yang ada dan dapat digunakan sebagai mengukur efektivitas.

Profitabilitas dapat digambarkan kemampuan perusahaan memperoleh laba perusahaan yang banyak menggunakan semua sumber daya yang ada seperti kas, modal dan sebagainya. Profitabilitas merupakan kemampuan dalam berbisnis supaya mendapatkan hasil yang sesuai dengan perusahaan dengan aset perusahaan sebagai mantaaf. Banyak penelitian telah dilakukan tentang bagaimana profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah penelitian (Welly dkk, 2019), (Aji dan Atun, 2019), (Aldi dkk, 2020) serta (Fajaria, 2018) menunjukkan bahwa semakin besar tingkat laba atau profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka dapat mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Penelitian lain yang berbeda (Suryana dan Rahayu, 2018), (Apriliyanti dkk, 2019), (Welly et al., 2019) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian (Mezze dan Tohari, 2020), (Pangesti dkk, 2020) profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan faktor berikutnya setelah profitabilitas yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *leverage* dapat mengukur besarnya aset yang dibiayai oleh utang suatu perusahaan, dengan meningkatkan nilai perusahaan dengan cara pendanaan melalui *leverage*. *Leverage* sangat penting untuk hasil dari investasi investor karena dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk membayar yang memegang saham. Rasio *leverage*

menunjukkan bahwa hutang perusahaan dengan modal dan asetnya sendiri. Dengan rasio ini, dapat melihat bagaimana perusahaan dibiayai menggunakan utang dengan kemampuannya digambarkan dengan modal atau aset sendiri. Menurut (Putri dan Miftah, 2021) apabila pasar merespin positif dan ketika resiko bisnis rendah maka pihak luar menganggap bahwa perusahaan mempunyai kemampuan untuk membayar kewajiban perusahaan. Bisnis dapat menggunakan *leverage* untuk menghasilkan keuntungan yang semakin besar dengan digunakannya modal yang berasal dari hutang perusahaan atau aset yang dibiayai oleh hutang. Dengan menggunakan *leverage*, perusahaan akan memaksimalkan operasinya dan meningkatkan keuntungan.

Penelitian yang menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan terdapat hasil yang berbeda. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suwardika dan Mustanda, 2017), (Aldi dkk, 2020), (Suwardika dan Mustanda, 2017) menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut hasil penelitian (Dewantari dkk, 2019), (Welly dkk, 2019), (Pangesti dkk, 2020) menyatakan bahwa penelitian *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang mendukung penelitian tersebut yaitu (Novari dan Lestari, 2020), (Ecodemica dkk, 2019), (Putri dan Miftah, 2021) *leverage* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, banyaknya penjualan, rata-rata yang didapatkan penjualan, rata-rata

total aset. Perusahaan yang lebih besar dapat dengan mudah mendapatkan pendanaan terlebih dahulu untuk melakukan aset ke pasar modal. Perusahaan yang masih baru ataupun perusahaan kecil tentu mengalami banyak kendala dalam melakukan masuk pasar modal. Besar kecilnya perusahaan dapat berpengaruh terhadap jumlah modal yang akan digunakan untuk membiayai kegiatan perusahaan diproksikan dengan log natural ukuran perusahaan. Membutuhkan modal yang cukup besar pada perusahaan yang sudah cukup besar, sehingga perusahaan tersebut memilih untuk menggunakan sumber dari luar untuk menunjang kegiatan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bila perusahaan besar memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk memperoleh pendanaan dengan lebih mudah dari pasar modal serta kesempatan besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan (Agoro, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Aldi dkk, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (Febrinita, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang mendukung penelitian tersebut yaitu (Ecodemica dkk, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Dayanty dan Setyowati, 2020) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini berlaku sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dari perusahaan tersebut, akan memperkuat atau memperlemah variabel pengaruh

hubungan variabel dependen dan variabel independen yaitu variabel moderasi. Variabel ini yang akan memperkuat dan memperlemah pengaruh hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian yang dilakukan oleh (Welly dkk, 2019) membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan (Pangesti dkk, 2020) membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi DER terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dayanty dan Setyowati, 2020) membuktikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Sedangkan Mudjijah (Mudjijah dkk, 2019) membuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Dan menurut (Welly dkk, 2019) profitabilitas mampu memoderasi.

Penelitian ini merupakan bentuk pengembangan replika pada penelitian yang dilakukan oleh (Welly dkk, 2019) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan makanan dan minuman. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan *leverage* dan profitabilitas sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya pada objek penelitian dan periodenya. Penelitian terdahulu menggunakan objek pada perusahaan

makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan objek pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70) kemudian perbedaan selanjutnya terletak pada tahun penelitian, pada penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2017-2020, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan periode tahun 2020-2021 pada saat pandemi Covid-19.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70) ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70) ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70)
4. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70) ?
5. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII 70) ?

C. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index 70* tahun 2020-2021.
2. Penelitian ini hanya fokus meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan berdasarkan research gap yang diperoleh dari penelitian terdahulu, yaitu menguji, profitabilitas, *leverage* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh positif ukuran perusahaan nilai perusahaan
4. Untuk menguji secara empiris ukuran perusahaan sebagai variabel mampu memperkuat hubungan moderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan
5. Untuk menguji secara empiris ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bagi penulis untuk menambah wawasan dan bermanfaat bagi penulis serta dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya agar mendapatkan pembaharuan literasi yang telah ada tentang likuiditas, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi bagi suatu perusahaan terutama bagi manajer dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi likuiditas, profitabilitas, *leverage*, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan sehingga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

b) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan informasi yang berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat dijadikan bahan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi bagi investor dan calon investor berkaitan dengan likuiditas, profitabilitas, *leverage*, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan dengan baik.

c) Bagi Kalangan Akademis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan serta dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.