

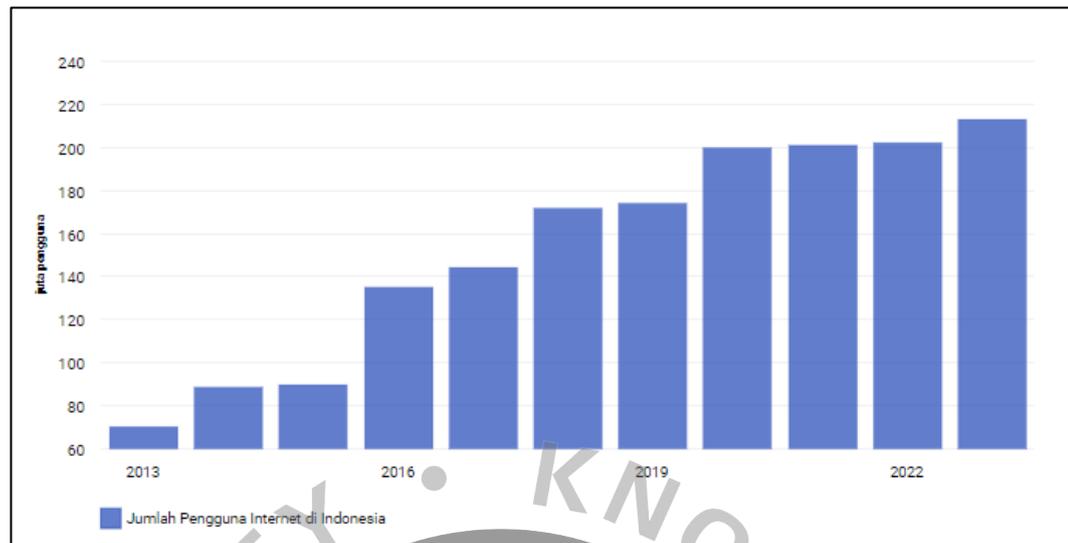
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah sistem perekonomian modern yang terus berubah setiap tahunnya, ada persaingan yang ketat di dunia bisnis. Pelaku bisnis harus membuat keputusan kebijakan operasional yang strategis untuk peran penting yang dimainkan perusahaan mereka. Pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan kita. Yang utama adalah melakukan aktivitas yang dulunya merupakan bagian dari proses pengajaran tatap muka, datang bekerja di kantor, bertemu banyak orang secara tatap muka, beralih ke aktivitas daring untuk mencegah penyebaran virus. Aktivitas sudah menjadi virtual, seperti bekerja dari rumah, pembelajaran jarak jauh, rapat online, berbelanja atau berjualan dari rumah melalui toko online. Selain itu, aktivitas menghabiskan waktu dengan bermain game atau menonton film terbaru di Internet telah meningkatkan kebutuhan transmisi data melalui Internet rumah dan telepon seluler secara signifikan.

Seiring dengan perkembangan zaman terutama masyarakat yang diharuskan adaptif dalam menghadapi pandemi COVID-19, informasi dan komunikasi menjadi sektor yang penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini mencakup: 1) aktivitas penerbitan; 2) aktivitas produksi gambar bergerak, video dan program televisi, perekam suara dan penerbitan musik; 3) aktivitas penyiaran dan pemrograman; 4) telekomunikasi; 5) aktivitas pemrograman, konsultasi komputer, dan kegiatan YBDI, serta 6) aktivitas jasa informasi.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023)

Sumber: Databoks

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Menurut laporan yang diterbitkan oleh *We Are Social*, Di Indonesia sendiri, total penggunaan internet telah menyentuh angka 213 juta orang hingga Januari 2023. Angka tersebut setara 77% dari total populasi Tanah Air sebanyak 276,4 juta orang hingga Januari tahun ini. Jumlah pengguna internet di Nusantara naik hingga 5,44% jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*).

Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Tanah Air baru mencapai 202 juta orang. Secara tren, total pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam satu dekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri telah bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Pertumbuhan pengguna internet dalam sedekade terakhir tertinggi yaitu pada Januari 2016 yaitu mencapai 50,16% secara tahunan (*yoy*). Sementara itu pertumbuhan paling lamban ada pada periode Januari 2022 yang hanya tumbuh 0,5% (*yoy*).

Lapangan Usaha (1)	Tahun				
	2018 (2)	2019 (3)	2020 (4)	2021* (5)	2022* (6)
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,88	3,61	1,77	1,87	2,25
2. Pertambangan Dan Penggalian	2,16	1,22	-1,95	4,00	4,38
3. Industri Pengolahan	4,27	3,80	-2,93	3,39	4,89
4. Listrik dan Gas	5,47	4,04	-2,34	5,55	6,61
5. Air, Sampah, Limbah dan Daur Ulang	5,56	6,83	4,94	4,97	3,23
6. Konstruksi	6,09	5,76	-3,26	2,81	2,01
7. Perdagangan	4,97	4,60	-3,79	4,63	5,52
8. Transportasi dan Pergudangan	7,05	6,39	-15,05	3,24	19,87
9. Akomodasi dan Makan Minum	5,68	5,79	-10,26	3,89	11,97
10. Informasi dan Komunikasi	7,02	9,42	10,61	6,82	7,74
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	4,17	6,61	3,25	1,56	1,93
12. Real Estate	3,48	5,76	2,32	2,78	1,72
13. Jasa Perusahaan	8,64	10,25	-5,44	0,73	8,77
14. Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial	6,97	4,65	-0,03	-0,33	2,52
15. Jasa Pendidikan	5,36	6,30	2,61	0,11	0,59
16. Jasa Kesehatan	7,15	8,69	11,56	10,45	2,74
17. Jasa Lainnya	8,95	10,57	-4,10	2,12	9,47
Produk Domestik Bruto	5,17	5,02	-2,07	3,70	5,31

Sumber : Badan Pusat Statistik
Keterangan/Note: *: angka sementara/temporary numbers

Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan menurut Lapangan Usaha, 2018—2022 (%)

Sumber: Badan Pusat Statistik

Tabel 1.1 menunjukkan dalam lima tahun terakhir, tercatat bahwa sektor informasi dan komunikasi selalu tumbuh di atas angka enam persen. Pada tahun 2018, pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi mencapai 7,02 persen. Laju pertumbuhan ini terus meningkat hingga mencapai 10,61 persen pada tahun 2020. Namun, kondisi COVID-19 tahun 2021 semakin memburuk sehingga sektor ini melambat menjadi 6,82 persen. Pada masa pemulihan tahun 2022, laju sektor informasi dan komunikasi kembali meningkat yakni menjadi 7,74 persen. Naik dan turunnya pertumbuhan PDB tersebut pada perusahaan sektor informasi dan komunikasi sangat berkaitan erat dengan image perusahaan terutama nilai perusahaan. Berdasarkan data diatas, pengguna internet dan komunikasi yang meningkat secara perlahan disandingkan dengan PDB yang naik turun tentu menjadi topik yang sangat menarik karena hal tersebut sangat berkaitan dengan nilai perusahaannya.

Secara umum nilai perusahaan adalah harga jual suatu perusahaan itu dianggap layak bagi calon investor. Nilai perusahaan (*firm value*) adalah alat penting bagi para investor untuk mengetahui bagaimana pasar menilai perusahaan

secara keseluruhan (Wongso, 2016). Nilai perusahaan berhubungan dengan manajemen bisnis, kebijakan, kondisi lingkungan kerja, dan etika bisnis. Fungsi manajemen keuangan dapat digunakan untuk mencapai optimalisasi nilai perusahaan karena keputusan keuangan tertentu berpengaruh kepada keputusan keuangan lainnya dan berdampak kepada nilai perusahaan itu sendiri. (Nelwan & Tulung, 2018)

Jihadi et al berpendapat bahwa sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam merencanakan upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan, dengan tujuan agar perusahaan tetap dipercaya dan diminati oleh para investor. Setiap perusahaan harus mampu memiliki daya saing yang tinggi antar pelaku usaha agar mampu bersaing dalam era kompetitif, Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Jihadi et al., 2021). “Semakin baik kinerja keuangannya suatu perusahaan, semakin baik nilai perusahaannya.” Keputusan keuangan yang diambil yang dilakukan oleh pengelola keuangan dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan ditunjukkan dengan semakin meningkatnya nilai perusahaan tersebut perusahaan (Thakur & Workman, 2016).

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi perusahaan dalam menjaga nilai diantaranya *leverage*, profitabilitas, likuiditas, *firm size* dan kebijakan dividen.

Leverage adalah rasio yang dipergunakan untuk mengukur kesanggupan dan kapasitas perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangannya yang terdiri dari kewajiban jangka pendek dan jangka panjang (Sumarni & M. J. Soeprihanto, 2014). Semakin tinggi rasio utang, semakin besar kemungkinan perusahaan tidak mampu melunasi kewajibannya, oleh karena itu pinjaman tersebut harus dibelanjakan dengan baik untuk memperoleh peluang keuntungan yang lebih besar (PWC, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh jurnal penulis (Aprillando & Mujiyati, 2022), mengungkapkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas mengukur efektivitas pengelolaan secara keseluruhan diatasi dengan besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh sehubungan dengan

penjualan dan investasi. Semakin baik rasio profitabilitasnya, semakin baik itu untuk menggambarkan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Weissenrieder, 2005). Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Penelitian yang dilakukan oleh (Husna & Satria, 2019) menunjukkan adanya pengaruh signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui perhitungan ROA (*Return On Asset*). Keuntungan yang tinggi memberikan indikasi baik prospek perusahaan sehingga dapat memicu investor untuk turut serta meningkatkan permintaan stok. Meningkatnya permintaan saham akan menyebabkan nilai perusahaan semakin meningkat.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor likuiditas, yaitu likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo. Bila perusahaan dapat memenuhi kewajiban finansialnya tepat waktu, maka perusahaan dapat dikatakan likuid. Sebaliknya, perusahaan dikatakan menjadi illikuid apabila tidak dapat memenuhi kewajibannya. Hasil penelitian menurut (Ika & Anita Wahyu, 2020) mengungkapkan bahwa Likuiditas terbukti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Firm Size yang dimiliki perusahaan, jumlah karyawan, dan volume penjualan semuanya menunjukkan besar kecilnya usaha tersebut. Ukuran perusahaan seringkali menjadi faktor dalam pelaporan keuangan. Diharapkan perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah mendapatkan pendanaan baik dari sumber internal maupun eksternal. Perusahaan besar dapat meningkatkan modal dengan cepat dan dengan sedikit usaha karena akses yang lebih mudah ke berbagai sumber pendanaan. Calon investor dapat tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tertaut jika sumber pendanaan tersebut benar-benar dapat dikelola secara maksimal sehingga menghasilkan kinerja bisnis yang kuat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Kebijakan dividen merupakan satu faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Kebijakan dividen memainkan peran penting dalam menentukan apakah arus kas didistribusikan kepada pemegang saham atau diinvestasikan kembali oleh bisnis. Dalam hal pemegang saham menerima pembayaran dividen,

jumlah yang dibagikan sesuai dengan kebijakan masing-masing perusahaan. Kebijakan dividen suatu perusahaan rumit karena mempertimbangkan kepentingan beberapa pemangku kepentingan. (Husnatarina et al., 2018).

Perusahaan informasi dan komunikasi sebagai sektor industri yang sangat mendorong untuk menyediakan layanan yang andal dan inovatif kepada penduduk Indonesia. Pentingnya perusahaan informasi dan komunikasi dalam memiliki aspek manajemen keuangan yang bijaksana, fokus pada profitabilitas, perhatian terhadap likuiditas, *firm size* dan kebijakan dividen adalah kunci untuk kesuksesan dalam industri ini.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Husna & Satria, 2019) menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel profitabilitas, likuiditas dan *firm size* sedangkan variabel *leverage* dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Ika & Anita Wahyu, 2020) bahwa variabel likuiditas terbukti tidak berpengaruh namun profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Aprillando & Mujiyati, 2022) juga menemukan hasil yang berbeda dimana dalam penelitiannya variabel profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan konteks dan fenomena yang telah dibahas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan judul tersebut “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Likuiditas, *Firm Size* dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Periode Pandemi COVID-19”.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Asmaul Husna dan Ibnu Satria (2019) dengan judul “*Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value*” dengan periode penelitian selama periode 2013-2016. Penelitian terkait memiliki lima variabel independen yaitu *Return on Asset* (ROA), *Debt Ratio* (DR), *Current Ratio* (CR), *Firm Size*, dan *Dividend Payout Ratio* (DPR), serta satu variabel dependen yaitu *Firm Value*.

Penelitian ini akan dilakukan pada objek perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia. Penulis memutuskan untuk memilih objek pada perusahaan informasi dan komunikasi karena tingkat pertumbuhan perusahaan sektor tersebut memiliki kenaikan dan penurunan yang dapat dikatakan selalu terjadi dari tahun ke tahun serta lingkungan yang menarik untuk diteliti karena banyaknya pertimbangan seperti lingkungan bisnis, kompetensi perusahaan, dan visi strategis sebelum memutuskan untuk memiliki perusahaan di sektor informasi dan komunikasi. Meskipun peluangnya besar, tantangan seperti persaingan yang ketat dan perubahan teknologi yang cepat juga harus diperhitungkan.

Penelitian ini juga memfokuskan periode penelitian yaitu pada 2020-2022. Pemilihan periode sejak tahun 2020 dilatarbelakangi dengan munculnya pandemik COVID-19 dan berlakunya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang “Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19)”. Dikutip dalam laman berita kominfo.go.id bahwa “Pandemi COVID-19 telah mengubah hubungan interaksi masyarakat dunia untuk adaptif menggunakan teknologi digital. Bahkan, di Indonesia khususnya, pandemi telah meredam banyak sektor termasuk ekonomi. Sementara, untuk sector industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tetap kuat dalam menjaga agar pertumbuhan ekonomi tetap bertahan.”

1.3 Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang sebelumnya, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ditemui, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan pada periode pandemi COVID-19?
2. Bagaimana pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada periode pandemi COVID-19?
3. Bagaimana pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan pada periode pandemi COVID-19?

4. Bagaimana pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan pada periode pandemi COVID-19?
5. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada periode pandemi COVID-19?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

1.5 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memberikan batasan pada penelitian ini untuk mencegah terjadinya penyimpangan dan konflik pada hasil yang diharapkan karena pembahasan yang terlalu luas. Keterbatasan tersebut diantaranya adalah:

1. Penelitian hanya berfokus pada kelima variabel independen yaitu *leverage*, profitabilitas, likuiditas, *firm size* dan kebijakan dividen serta variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

2. Hasil penelitian terdahulu dengan topik yang sama memiliki hasil penelitian yang tidak konsisten.
3. Sampel penelitian hanya sebatas perusahaan informasi dan komunikasi di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022.

1.6 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai referensi dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Selain itu manfaat dari penelitian ini diharapkan bagi perusahaan agar memahami pentingnya pengaruh *leverage*, profitabilitas, likuiditas, *firm size* dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Memberikan sumbangan pemikiran kepada analisis, investor, dan pemegang saham dalam melakukan prediksi terhadap nilai perusahaan di masa mendatang dan dapat menambah pengetahuan bagi para investor mengenai informasi harga saham dalam jangka panjang.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau pedoman bagi penelitian selanjutnya, sebagai dasar pembelajaran bagi akademis mengenai hasil pembuktian terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis Menyusun secara teratur dan memberikan gambaran dalam bentuk bab untuk mempermudah pembahasan setiap bagiannya, penelitian ini terdiri dari lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini terdiri dari tinjauan Pustaka yang berisi tinjauan literatur atau teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan perumusan hipotesis yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian berdasarkan teori serta penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam menyusun penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini terdiri dari uraian dari rancangan penelitian yang diterapkan di setiap variabel penelitian, pengumpulan dan penentuan sampel serta berisi tentang analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini berisi mengenai uraian deskripsi dari hasil uji penelitian data dan pembuktian dari hipotesis yang diajukan berkaitan tentang pengaruh variable independen terhadap variabel dependen yang kemudian dilakukan pembahasan atas hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan hasil akhir penelitian ini yang terkait dari perumusan masalah dan hipotesis dari penelitian, membahas juga keterbatasan yang dalam penelitian ini, dan saran yang dapat dijadikan pedoman bagi penelitian selanjutnya.

Dengan adanya sistematika penulisan ini dapat membantu pembaca dalam memahami secara sistematis bagaimana penelitian ini akan disusun dan apa yang dapat mereka harapkan dari setiap bagiannya.