

BAB I

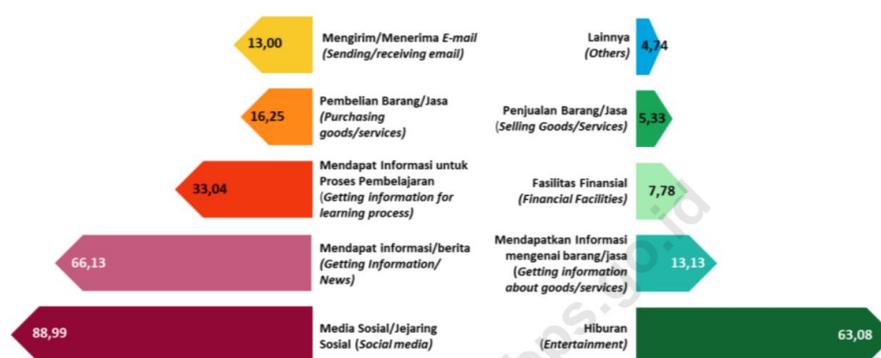
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada tahun 2019 Indonesia dilanda sebuah pandemi baru yang disebut sebagai Pandemi Covid-19. Pandemi ini tidak hanya melanda Indonesia, namun menyebar ke seluruh bagian dunia. Selain masalah kesehatan, pandemi ini juga mengganggu ekonomi secara global dan perusahaan dalam berbagai aspek. Pemerintah membuat sebuah kebijakan sebagai salah satu cara untuk mencegah penyebaran virus lebih luas yaitu pembatasan sosial. Masyarakat Indonesia diarahkan untuk tetap berada di rumah, menjaga jarak, dan pembatasan mobilitas, sehingga muncul sebuah istilah *Work From Home* atau *Study From Home*. Pada masa ini, perusahaan maupun Pendidikan diarahkan untuk bekerja atau belajar dari rumah, yang membuat segala aktivitas menjadi terbatas.

Saat pandemi ini berlangsung, banyak kegiatan yang awalnya dilakukan secara langsung harus dilakukan dengan perantara atau secara daring. Hal inilah yang memunculkan beberapa aplikasi penunjang aktivitas seperti *video conference*, *digital banking*, *online shopping*, dan lain-lain. Salah satu contohnya adalah rapat atau belajar yang biasanya dilakukan secara tatap muka, sekarang menggunakan video conference dalam pelaksanaannya. Tentunya aplikasi tersebut sangat membantu tidak hanya di Indonesia, tetapi secara global, sehingga aktivitas yang perlu dijalankan oleh perusahaan maupun pendidikan dapat berjalan secara normal. Namun seluruh aplikasi tersebut tidak dapat berjalan sendiri, terdapat satu hal yang sangat penting agar aplikasi dapat berjalan dengan baik, yaitu jaringan internet. Tanpa adanya jaringan internet, seluruh aplikasi tersebut tidak dapat digunakan. Hal inilah yang menjelaskan bahwa koneksi internet merupakan hal yang penting.

Berikut adalah data survey yang dilakukan Badan Pusat Statistik tahun 2021 mengenai aktivitas yang dilakukan masyarakat Indonesia selama pandemi COVID-19.



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Gambar 1. Persentase Aktivitas Masyarakat Indonesia Saat Pandemi Covid-19

Berdasarkan gambar 1, beberapa aktivitas yang dilakukan sebagai berikut, mengakses media sosial sebesar 88,99 persen, mendapatkan informasi/berita 66,13 persen, hiburan 63,08 persen, mendapatkan informasi untuk proses pembelajaran 33,04 persen, pembelian barang./jasa 16,25 persen, mendapatkan informasi mengenai barang/jasa 13,13 persen, mengirim/menerima email 13,00 persen, fasilitas finansial 7,78 persen, penjualan barang/jasa 5,33 persen, dan lain-lain 4,24 persen. Dari gambar 1 tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas aktivitas yang dilakukan membutuhkan koneksi internet.

Hal inilah yang menjadi alasan subsektor telekomunikasi merupakan sektor yang penting, dan memiliki kebijakan yang berbeda dari sektor lain, yaitu dibebaskannya dari pembatasan utama COVID-19 atau tetap bekerja secara *offline* selama pandemi. Pertumbuhan penduduk yang terus bertambah mendorong peningkatan kebutuhan hidup masyarakat, termasuk kebutuhan komunikasi. Sumber daya manusia sangat mempengaruhi pembangunan suatu bangsa, khususnya Indonesia yang merupakan negara kepulauan dan memiliki jumlah penduduk terbanyak. Setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat, Indonesia dikenal sebagai negara dengan posisi ke empat yang memiliki penduduk atau populasi terbanyak. Jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan pasar potensial bagi perkembangan industri telekomunikasi. Berdasarkan Badan Pusat Statistik tahun 2021, konsumsi rumah tangga untuk telekomunikasi mengalami peningkatan, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

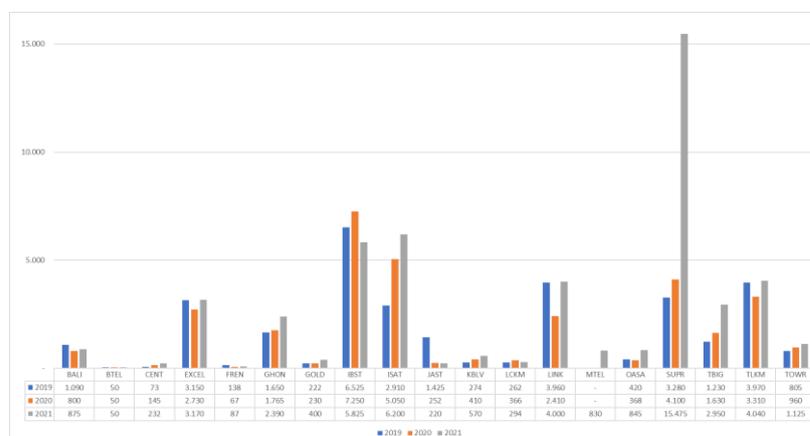
Tabel 1. Rata-Rata konsumsi Rumah Tangga Indonesia Tahun 2019–2021

Tahun	Jumlah Rata – Rata (Rp)
2019	151.883,35
2020	162.308,06
2021	180.788,99

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Tabel 1 memperlihatkan bahwa pada tahun 2019 masyarakat Indonesia memiliki rata-rata konsumsi sebesar Rp151.883, tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi Rp162.308, dan tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi Rp180.788,99. Berdasarkan hasil survey BPS 2021, pertumbuhan penduduk yang terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun, serta zaman modern yang tentunya akan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan internet, maka dapat disimpulkan bahwa sektor subsektor telekomunikasi merupakan sektor yang penting di Indonesia.

Prospek yang baik menjadi salah satu alasan investor tertarik untuk berinvestasi di perusahaan sebuah perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang dinilai oleh calon investor, semakin baik nilai perusahaan maka semakin menarik di mata calon investor. Nilai perusahaan merupakan performa suatu perusahaan dalam menciptakan nilai pada pemegang saham yang mencerminkan kepercayaan investor melalui harga saham perusahaan (Putra, 2021). Berikut harga saham subsektor telekomunikasi tahun 2019–2021 :



Sumber : yahoo.finance, 2021

Gambar 2. Historis Harga Saham Subsektor Telekomunikasi

Anggie Faramitha, 2023

DETERMINASI NILAI PERUSAHAAN SUBSEKTOR TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S2 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Berdasarkan Gambar 2, harga saham pada subsektor telekomunikasi pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 14 perusahaan atau 74 persen, yaitu SUPR mengalami peningkatan sebesar 277 persen, OASA sebesar 130 persen, TBIG sebesar 81 persen, GOLD sebesar 74 persen, LINK sebesar 66 persen, CENT sebesar 60 persen, KBLV sebesar 39 persen, GHON sebesar 35 persen, FREN sebesar 30 persen, ISAT sebesar 23 persen, TLKM sebesar 22 persen, TOWR sebesar 17 persen, EXCL sebesar 16 persen, dan BALI sebesar 9 persen.

Fenomena kenaikan harga saham subsektor telekomunikasi ternyata bertolak belakang dengan masih kurang baiknya kinerja perusahaan yang dapat diukur dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Apabila perusahaan mampu menciptakan laba, maka akan mencerminkan kesejahteraan pemilik modal dengan menyerahkan hasil dari tingkat pemulangan dana yang besar, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Pratiwi & Wiksuana, 2020). Namun menurut Yahoo.Finance (2021), terdapat 10 perusahaan atau sebesar 53 persen yang mengalami kerugian, yaitu ISAT mengalami penurunan sebesar 1.189 persen, OASA sebesar 378 persen, SUPR sebesar 110 persen, FREN sebesar 71 persen, LCKM sebesar 66 persen, JAST sebesar 45 persen, CENT sebesar 38 persen, BTEL sebesar 12 persen, LINK sebesar 6 persen, dan IBST sebesar 6 persen. Disaat harga saham mengalami peningkatan, perusahaan telekomunikasi mengalami kerugian yang signifikan.

Berdasarkan data historis harga saham dan kinerja perusahaan telekomunikasi, terdapat fenomena abnormal dimana kenaikan harga saham perusahaan telekomunikasi tidak didasari oleh kinerja perusahaan yang baik. Penelitian ini menjadi sebuah hal yang sangat penting dalam memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan investasi bagi para investor di pasar modal. Jika fenomena tersebut terus berlanjut, dimana kenaikan harga saham yang tidak diikuti oleh perbaikan kinerja perusahaan, dapat memberikan ekspektasi yang terlalu tinggi kepada para investor yang berinvestasi kepada subsektor ini. Fenomena ini juga dapat menjerumuskan para investor baru yang lebih melihat sisi teknikal, dan kurang memperhatikan dari sisi fundamental perusahaan.

Selain itu terdapat *gap research* pada penelitian terkait profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Nurwulandari *et al.* (2021), Pratiwi & Wiksuana (2020), Sari & Sedana (2020) hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Arafah *et al.* (2021), Sudrajat & Setiyawati (2021) Lubis *et al.* (2021) menyatakan sebaliknya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal merupakan perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri (Krisnando & Novitasari, 2021). Perusahaan harus mampu merumuskan komposisi struktur modal yang sesuai dengan dibutuhkan perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh manfaat dari penggunaan pendanaan tersebut. Penentuan komposisi struktur modal yang baik maka akan menghindarkan perusahaan dari masalah finansial karena jika bermasalah akan berimbas kepada kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Struktur modal dapat menentukan bagaimana manajer keuangan menggunakan hutang untuk membiayai operasi bisnis.

Teori struktur modal menyatakan adanya kebijakan perusahaan penentuan struktur modal perusahaan bertujuan mengoptimalkan nilai perusahaan. Selain itu, teori struktur modal juga menjelaskan perihal perubahan struktur permodalan seperti perusahaan mengganti modal sendiri dengan hutang (maupun sebaliknya) dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan (Krisnando & Novitasari, 2021). Berdasarkan teori struktur modal dinyatakan bahwa nilai suatu perusahaan tidak terlepas dari kebijakan hutang, yang mana kebijakan hutang berkaitan erat dengan struktur modal, para manajer keuangan akan menjalankan peran penting yang berkaitan dengan komposisi struktur modal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Patricia & Rusmanto, 2022). Pada dasarnya perusahaan akan berusaha mencapai suatu tingkat struktur modal yang optimal dengan mengharapkan risiko yang paling kecil agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Selain itu terdapat *gap research* pada penelitian terkait struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Krisnando & Novitasari (2021) Lubis *et al.* (2021), Pangestuti & Tindangen (2020) hasil penelitian menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Sudrajat & Setiyawati (2021), Ningsih & Waspada (2019), Nurhayati & Kartika (2020) menyatakan sebaliknya bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas dan struktur modal, kesempatan investasi juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kesempatan Investasi atau *Investment Opportunity Set* (IOS) menggambarkan luasnya peluang investasi bagi suatu perusahaan. Kesempatan investasi merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau proyek yang memiliki net present value positif. Kesempatan investasi menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan. Kesempatan investasi menjadi komponen penting dari nilai perusahaan karena Kesempatan investasi mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, investor dan kreditor terhadap perusahaan (Arieftiara & Mariana, 2018).

Berdasarkan teori sinyal, terjadinya pengeluaran untuk investasi oleh perusahaan akan memberikan sinyal yang positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang karena persepsi dari pelaku pasar modal yang melihat bahwa pengeluaran untuk investasi menunjukkan bahwa manajemen serius dalam mengembangkan perusahaan. Dengan adanya kebijakan investasi yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan akan mendapatkan *return* dalam jangka waktu tertentu. Hal ini akan direspon positif oleh pasar dan harga saham sebagai indikator dari nilai perusahaan akan meningkat (Wijaya & Suganda, 2020). Dengan peluang investasi yang tinggi di masa yang akan datang, perusahaan akan lebih menguntungkan dan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Tabe *et al.*, 2022).

Selain itu terdapat *gap research* pada penelitian terkait kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Ariyanti *et al.* (2022), Wahidniawati *et al.* (2021), dan Wijaya & Suganda (2020) hasil penelitian menyatakan bahwa kesempatan investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap

nilai perusahaan. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Kolibu *et al.* (2020), Nikmah & Amanah (2019) dan Nopiyani *et al.* (2018) menyatakan sebaliknya bahwa kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai perusahaan, ataupun hasil total aktiva dari suatu perusahaan (Aji & Atun, 2019). Penelitian ini akan menggunakan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka kemungkinan untuk menarik perhatian para investor untuk berinvestasi akan semakin besar, dan semakin banyak investor yang berinvestasi maka harga saham perusahaan tersebut akan cenderung meningkat yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan juga (Astari *et al.*, 2019)

Investor dan kreditur biasanya lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar (Mudjijah *et al.*, 2019). Perusahaan besar dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan kualitas labanya. Apabila perusahaan memiliki kemampuan menciptakan laba, maka dapat memberikan sinyal positif kepada calon investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Apriliyanti *et al.*, 2019). Perusahaan besar juga lebih mudah untuk memperoleh kepercayaan kreditur karena dianggap mampu untuk membayar hutang di masa depan. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan memberikan sinyal positif dan menarik perhatian investor untuk berinvestasi yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Fahri *et al.*, 2022). Ukuran perusahaan akan berdampak pada peluang investasinya yaitu dengan semakin besar perusahaan, semakin besar kepercayaan pasar terhadapnya. Perusahaan besar memiliki kapasitas lebih besar dan lebih dikenal oleh masyarakat sehingga memudahkan mereka untuk masuk ke pasar dan memperluas pilihan investasinya. Apabila digunakan dengan baik maka perusahaan dapat menciptakan *value* dan akan bertumbuh. Sehingga memberikan sinyal positif dan menarik perhatian investor untuk berinvestasi (Arieftiara & Mariana, 2018).

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh ukuran perusahaan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Determinasi Nilai Perusahaan Subsektor Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia**”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan di dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?
- b. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?
- c. Apakah kesempatan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?
- d. Apakah ukuran perusahaan memperkuat pengaruh hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?
- e. Apakah ukuran perusahaan memperkuat pengaruh hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?
- f. Apakah ukuran perusahaan memperkuat pengaruh hubungan antara kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada perumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia
- b. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia

- c. Untuk mengetahui pengaruh kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia
- d. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia.
- e. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal dan nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia.
- f. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kesempatan investasi dan nilai perusahaan subsektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah di uraikan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat yaitu :

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Bagi Pembaca, hasil riset ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, kesempatan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
 - 2) Bagi Peneliti, hasil riset ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk riset berikutnya.
- b. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi Investor, riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk menambah kajian dan pengetahuan mengenai pengambilan keputusan investasi.
 - 2) Bagi Perusahaan Telekomunikasi, riset ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai kondisi subsektor telekomunikasi setelah jumlahnya bertambah, sehingga perusahaan dalam subsektor ini dapat mengelola dari segi profitabilitas, struktur modal, kesempatan investasi, dan ukuran perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan.