

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan di dunia bisnis membuat perusahaan menghadapi situasi yang rumit. Dengan kondisi tersebut perusahaan harus dapat bertahan dengan cara mencari modal, menyusun strategi baru, ide-ide untuk perusahaan ke depan dan menciptakan pandangan baik dari konsumen terhadap perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting karena akan mempengaruhi citra perusahaan. Semakin baik citra perusahaan maka akan mempengaruhi kepercayaan investor untuk melakukan investasi. (Damayanti, I Gusti Ayu Eka, 2019). *Firm value* adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham (Indrarini, 2019; 2).

Meningkatkan nilai perusahaan itu amat berarti bagi sebuah perusahaan, sebab dengan meningkatnya nilai perusahaan maka dapat meningkatkan kesejahteraan penanam modal sehingga perusahaan dapat mewujudkan salah satu tujuan, begitu pula dengan perusahaan bergabung dalam sektor properti dan real estate yang merupakan satu diantara pendukung pembangunan infrastruktur serta mempunyai kontribusi penting dalam menyokong perekonomian negara (Anwar, 2021). Penanaman modal pada perusahaan ini biasanya mempunyai jangka waktu yang panjang serta dapat berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi serta dinilai sebagai salah satu penanaman modal yang menjanjikan. Bersamaan dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk menjadikan kebutuhan akan ruang bangunan juga akan semakin meningkat sehingga perusahaan ini cenderung diminati oleh para penanam modal untuk menanamkan modalnya karena memiliki prospek yang bagus (Rizki et al., 2021).

Nilai perusahaan yang terlihat melalui harga saham akan menggambarkan adanya probabilitas penanaman modal yang baik, karena mampu membagikan sinyal positif kepada para penanam modal tentang kesejahteraan penanam modal maupun prospek di masa mendatang, sehingga mampu membuat nilai suatu perusahaan meningkat. Nilai perusahaan pada pengujian ini diprosikan menggunakan *Price Earning Ratio (PER)* dengan objek penelitian pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2022, semakin tinggi *Price Earning Ratio* maka akan semakin besar pula harga saham tersebut dalam menghasilkan imbal hasil yang optimal baik bagi perusahaan maupun pemegang saham itu sendiri.

**Tabel 1.1**

**Nilai Perusahaan Sektor *Property dan real estate* tahun 2017- 2022  
menggunakan indikator *Price Earning Ratio***

<b>Nilai Perusahaan (%)</b>					
	2017	2018	2019	2020	2021
<i>PRICE</i>					
<i>EARNING</i>	0,2	0,56	0,13	0,05	0,46
<i>RATIO</i>					

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com) (data diolah)

Dalam tabel 1.1 menunjukkan nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate selama 5 tahun yang sangat berfluktuatif setiap tahunnya. Pada tahun 2017 ada fenomena mengenai kebijakan pemerintah mengenai Pajak Penambahan Nilai atas Barang Mewah (PPnBM), kebijakan Bank Indonesia atas uang muka (down payment), dan melemahnya nilai rupiah terhadap dollar Amerika, sehingga mengakibatkan daya beli masyarakat Indonesia terhadap penjualan properti melemah, berbanding terbalik pada tahun 2018 memiliki kenaikan yang cukup signifikan dibanding tahun 2017 karena adanya penguatan mata uang rupiah terhadap dollar amerika serikat sehingga investasi di sektor properti dapat kembali perhatian dari para investor (Shara, 2019).

Menurut Wong (2019) banyaknya regulasi yang dibuat oleh pemerintah guna harga properti tidak naik justru membuat sektor properti kelesuannya tidak dapat teratasi, terbukti di tahun 2019 nilai perusahaan pada sektor properti mengalami penurunan sebesar 0.43% dibanding tahun sebelumnya.

Diikuti dengan tahun 2020 yang juga mengalami penurunan sebesar 0,08 % diakibatkan dengan adanya wabah COVID – 19 yang melumpuhkan berbagai sektor perekonomian di Indonesia , termasuk sektor properti. Nilai perusahaan pada tahun 2021 naik dengan cepat sebesar 0,41% karena wabah COVID – 19 yang mulai terkendali, perekonomian Indonesia mulai membaik sehingga permintaan mengenai properti pun meningkat ([www.investor.co.id](http://www.investor.co.id)). Meskipun 2021 merupakan tahun kebangkitan, nyatanya tak bertahan lama. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan minat para investor untuk berinvestasi, semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi permintaan saham oleh investor dan harga saham pun akan meningkat ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

Permintaan saham yang tinggi bisa diakibatkan karena *Sales Growth*, jika pertumbuhan penjualan tinggi dapat menghasilkan pendapatan yang tinggi sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan di pangsa pasar, serta menarik para investor untuk menanam saham (Dipanala, 2018). *Sales Growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di industri dan ekonomi (Fahmi, 2018;137). Dalam penelitian ini pengukuran *Sales Growth* dengan membandingkan penjualan saat ini dengan penjualan tahun sebelumnya.

Pertumbuhan Penjualan atau bisa disebut *Sales Growth* pada sektor properti di Indonesia selama 6 tahun memiliki kondisi yang naik- turun, Pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan sektor properti dan real estate pada kuartal 3 turun dari 3,61% menjadi 2,58% dibanding kuartal dua (Q2) karena masih terbatasnya permintaan.

Bank Indonesia mencatat 2018 hanya mencapai Rp 27,68 triliun dengan pertumbuhan yang hanya menginjak angka 3,18 %, turun dari posisi tahun 2017 yang mencapai Rp 42 triliun.

Pertumbuhan sektor real estate tahun 2019 hanya menyentuh angka 2,32%. Pemulihan tahap awal sektor properti baru terjadi pada 2021 lalu. Sepanjang 2021, sektor real estate tumbuh di angka 2,78% ([www.cnbc.com](http://www.cnbc.com)).

*Sales Growth* mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. *Sales Growth* yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Semakin meningkatnya *Sales Growth* akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Dramawan, 2015).

Meningkatnya penjualan suatu perusahaan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. *Sales Growth* yang tinggi maka keuntungan perusahaanpun tinggi, semakin tinggi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan dan sehingga nilai perusahaan meningkat (Tandelin, 2022).

Adapun beberapa penelitian terdahulu mengenai *Sales Growth*. Limbongan dan Chabachib (2016) menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Artamevia et al., (2022) menyatakan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan dari terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Veronica et al., (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berdampak negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Apabila profitabilitas terlihat bagus dan kondisi ini berjalan dengan terus menerus secara stabil maka nilai perusahaan juga akan tinggi, harga saham mungkin akan tinggi sesuai dengan yang diperkirakan, dan manajemen telah melakukan pekerjaannya dengan baik.

Jika perusahaan memiliki profitabilitas yang baik maka investor akan tertarik menanamkan modalnya, karena adanya harapan akan memperoleh keuntungan dari penanaman modal tersebut (Zidane et al., 2020). Pada penelitian kali ini menggunakan indikator *Return On Equity*.

Kasmir (2017; 197 - 198), mengemukakan bahwa *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Menaikan laba dan meningkatkan nilai perusahaan adalah hal yang berkesinambungan dalam meningkatkan kesejahteraan para investor. Sehingga ini menjadi tujuan perusahaan agar dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, dan meningkatkan *value* perusahaan.

Kondisi profitabilitas yang diwakilkan *Return On Equity* selama 6 tahun menunjukkan adanya fluktuasi. Pada tahun 2019 perusahaan properti dan real estate mampu menciptakan keuntungan dari ekuitas perusahaan sebesar 7,70%. Sangat disayangkan rata-rata pertumbuhan profitabilitas tersebut mengalami penurunan hingga sebesar 5,35% pada tahun 2020 dan 4,49% pada tahun 2021 (Vianti, 2023). Meski demikian sektor ini kembali mengalami peningkatan nilai rata-rata hingga 6,75% pada tahun 2022 seiring dengan adanya kelonggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Penurunan profitabilitas yang terjadi pada tahun 2020 serta 2021 sejalan dengan adanya COVID-19 yang membuat daya beli masyarakat pada properti dan real estate yang juga menurun ([www.cnbc.com](http://www.cnbc.com)).

Investor akan meninjau suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi atas investasi, karena rasio keuangan dapat mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan, investor akan melihat rasio profitabilitas khususnya *Return On Equity* untuk mengetahui seberapa besar perusahaan dalam menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan.

Hal tersebut dilakukan karena *Return On Equity* merupakan rasio untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan return bagi investor (Munawaroh & Priyadi, 2014).

Adapun penelitian terdahulu mengenai *Return On Equity*. Triagustina et al., (2015) menyatakan *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Virolita (2020) menyatakan bahwa *Return On Equity* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ramadhani (2022) menyatakan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan seringkali menggunakan kombinasi utang dan ekuitas untuk membiayai operasional dan pertumbuhan mereka. Dalam banyak kasus, perusahaan akan menggunakan utang untuk membiayai operasional sehari-hari, sementara ekuitas digunakan untuk investasi jangka panjang dan proyek pertumbuhan.

Namun, terlalu banyak utang dapat menimbulkan risiko bagi perusahaan, terutama jika mereka tidak dapat menghasilkan cukup pendapatan untuk membayar kembali utang mereka ([www.zahironline.com](http://www.zahironline.com)). Sawir (2015; 13) menyatakan bahwa *Debt To Equity Ratio* merupakan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

Semakin tinggi rasio ini berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. Bagi perusahaan, sebaiknya besarnya hutang tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetapnya tidak terlalu tinggi (Sutrisno, 2018;224).

Pada sektor *property* dan *real estate* di tahun 2019 dengan nilai *Leverage* yang diwakilkan dengan nilai *Debt To Equity Ratio* memperoleh nilai rata-rata sebesar 68,24%. Pertumbuhan *Leverage* memperlihatkan peningkatan di tahun 2020 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 72,08%. Namun rata-rata pertumbuhan *Leverage* pada sektor properti dan real estate menunjukkan penurunan pada tahun 2021 hingga sebesar 70,42%. Kemudian kembali menurun pada tahun 2022 hingga 66,45% ([www.idx.com](http://www.idx.com)).

Semakin tinggi nilai *Debt To Equity Ratio* suatu perusahaan, maka menjadikan perusahaan semakin baik, *Debt To Equity Ratio* dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menggunakan dana yang tidak dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada biaya bunga yang harus dibayar. Jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang cukup tinggi dari penggunaan utang tersebut, *Debt To Equity Ratio* yang lebih tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ini karena keuntungan yang diperoleh dari investasi dengan menggunakan utang dapat melebihi biaya bunga yang harus dibayarkan.. Jika perusahaan dapat mengatur kombinasi antara hutang dengan ekuitas, maka perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Imanah, 2020).

Kayobi dan Anggareni (2019) menyatakan bahwa *Debt To Equity Ratio* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana investor akan memilih nilai *Debt To Equity Ratio* yang tinggi karena menunjukkan kecilnya risiko keuangan yang ditanggung perusahaan.

Adapun penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Debt To Equity Ratio* terhadap nilai perusahaan. Devianasari (2015) menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Imanah (2020) menyatakan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sijabat et al (2018) yang menyatakan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price Earning Ratio*.

Berdasarkan uraian diatas serta penelitian terdahulu mengenai *Sales Growth*, *Return On Equity*, *Debt To Equity Ratio* dalam mempengaruhi *Firm Value* terdapat hasil yang bervariasi, dan menjadi fenomena dalam penelitian ini. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Sales Growth* dengan indikator persentase kenaikan atau penurunan penjualan dari periode sebelumnya ke periode berikutnya. *Return On Equity* dengan indikator menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang (profit) dari aset yang dimiliki. *Debt To Equity Ratio* dengan indikator membandingkan total utang dengan total ekuitas terhadap *Firm Value* dengan indikator *Price Earning*

*Ratio* dengan Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2022 sebagai subjek penelitiannya. Maka dari itu , penulis mengambil judul “**Pengaruh *Sales Growth, Return On Equity, Debt To Equity Ratio* Terhadap *Firm Value* (Survei pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2022)**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berlandaskan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mendapat identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Sales Growth, Return On Equity, Debt to Equity Ratio, Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.
2. Bagaimana pengaruh *Sales Growth, Return On Equity, Debt to Equity Ratio* secara simultan terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.
3. Bagaimana pengaruh *Sales Growth, Return On Equity, Debt to Equity Ratio* secara parsial terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Sales Growth, Return On Equity, Debt to Equity* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth, Return On Equity, Debt to Equity Ratio* secara simultan terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.



3. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth*, *Return On Equity*, *Debt to Equity Ratio* secara parsial terhadap *Firm Value* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2022.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam perkembangan ilmu akuntansi sebagai implementasi penerapan keilmuan semasa perkuliahan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth*, *Return On Equity*, *debt to equity* terhadap *firm value*.

##### **1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan, bahan ajar serta perbandingan yang dapat digunakan baik untuk menambah wawasan dan referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

###### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan ilmu mengenai karya tulis ilmiah, membuka wawasan serta dapat menjadi bahan referensi dan bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya.

###### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Firm Value* dengan indikator *Price Earning Ratio* sehingga informasi tersebut dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan.

### 3. Bagi Universitas Siliwangi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan masukan serta perbandingan yang dapat digunakan baik untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini telah dilakukan pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang akan digunakan diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan *website* masing-masing perusahaan.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini telah dilaksanakan terhitung dari bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Juni 2024.