

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan pemahaman investor kepada tingkat kesuksesan suatu perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan juga seringkali disangkut pautkan dengan harga saham. Peningkatan nilai perusahaan dapat mempengaruhi pasar dalam hal kepercayaannya terhadap kinerja perusahaan. Pasar akan menganggap bahwa perusahaan dapat berkembang dengan baik saat ini, maupun di masa depan. Dengan demikian, penting untuk perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaann tersebut. Dengan peningkatan nilai saham, sehingga aset pemegang saham juga akan bertambah. Hal ini tentu akan menumbuhkan rasa percaya masyarakat dan para penyumbang dana yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu mempertahankan atau meningkatkan kinerja bisnisnya akan tercermin dengan tingginya saham yang dimiliki (Zuliyanti et al., 2022).

Profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, perusahaan yang tingkat pengembalian modalnya tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang besar dan dianggap sebagai perusahaan yang berkinerja baik. Sebaliknya, jika periode sebelumnya laba relatif rendah atau laba perusahaan menurun maka perusahaan dianggap kurang berhasil dan berkinerja buruk (Idris, 2021). Kemudian faktor kedua adalah likuiditas. Kemampuan perusahaan yang mampu melunasi kewajiban dalam waktu dekat disebut likuiditas. Jadi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut likuid dan memiliki kemampuan untuk mengatasi hutang jangka pendek sehingga meningkatkan produktivitas perusahaan, sehingga nilai perusahaan meningkat. Selanjutnya yang berpengaruh kepada nilai perusahaan adalah Rasio Aktivitas, yang berguna untuk membandingkan kinerja perusahaan berdasarkan tren waktu dan untuk menentukan

bagaimana kinerja perusahaan dibandingkan dengan pesaing dalam analisis perusahaan sejenis (Zuliyanti et al., 2022).

Sektor otomotif, khususnya mobil merupakan sebagian sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia. Industri ini memiliki dampak yang cukup besar terhadap tumbuhnya ekonomi, lapangan kerja, dan investasi. Industri otomotif saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, terbukti dengan meningkatnya perusahaan yang memasuki industri ini. Industri otomotif dihadapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat melalui produksi kendaraan bermotor yang semakin beragam.

Profitabilitas bagi perusahaan otomotif sangat penting untuk bertahan dan bersaing. Perusahaan yang tidak mengalami kenaikan keuntungan tidak dapat bertahan, sementara perusahaan yang mengalami kenaikan keuntungan memberikan pengembalian investasi besar. Investor lebih tertarik pada perusahaan yang stabil dan menguntungkan, sehingga profitabilitas menjadi pertimbangan utama dalam investasi. Masalah penting bagi perusahaan otomotif adalah tingkat profitabilitas yang tidak stabil. (Pradnyaswari et al., 2022)

Likuiditas penting bagi perusahaan otomotif untuk stabilitas keuangan dan operasional, memungkinkan mereka mengatasi tantangan ekonomi, menjaga fleksibilitas, mengelola risiko, serta mendukung pertumbuhan dan ekspansi. Kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban tepat waktu dan menjaga hubungan baik dengan kreditur dan investor juga meningkat dengan likuiditas yang tinggi. Dengan demikian, likuiditas menjadi faktor kunci dalam memastikan kelangsungan dan kesuksesan perusahaan otomotif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. (Lumban, 2023)

Hasil penelitian (Nursalim et al., 2021) menyebutkan bahwa rasio yang diperuntukan menilai efisiensi suatu perusahaan didalam pemanfaatan seluruh aset dan sumber daya perusahaan adalah rasio aktivitas. Sehingga, dengan adanya peningkatan investasi di industri otomotif, termasuk dalam

pengembangan EV, akan memberikan dampak positif yang signifikan, seperti peningkatan kesadaran masyarakat akan kendaraan ramah lingkungan, dan peningkatan aktivitas ekonomi dalam industri otomotif secara keseluruhan. Oleh karena itu, tren investasi yang meningkat di industri otomotif di Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan rasio aktivitas industri otomotif secara signifikan, serta mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri otomotif yang berkelanjutan di masa depan.

Transparansi perusahaan merujuk pada tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh suatu perusahaan kepada para stakeholders seperti investor, karyawan, regulator, dan masyarakat umum. Tujuan utama dari transparansi perusahaan adalah untuk membangun kepercayaan dari para pemangku kepentingan dengan menyediakan informasi secara jelas dan tepat pada waktunya tentang kinerja dan praktik perusahaan. Maka dengan menggunakan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi, sehingga dapat menyelidiki bagaimana tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh perusahaan memengaruhi hubungan antara kinerja keuangan (profitabilitas, likuiditas, rasio aktivitas) dan nilai perusahaan. Maka dengan memasukkan variabel pemoderasi transparansi perusahaan, diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak faktor eksternal, seperti tingkat keterbukaan informasi perusahaan, mempengaruhi hubungan antara faktor-faktor internal, seperti kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Ini penting untuk memahami mekanisme yang mendasari penilaian nilai perusahaan oleh pasar dan pemangku kepentingan lainnya.

Transparansi perusahaan merujuk pada tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh suatu perusahaan kepada para stakeholders seperti investor, karyawan, regulator, dan masyarakat umum. Tujuan utama dari transparansi perusahaan adalah untuk membangun kepercayaan dari para pemangku kepentingan dengan menyediakan informasi secara jelas dan tepat pada waktunya tentang kinerja dan praktik perusahaan. Maka dengan menggunakan transparansi perusahaan sebagai

variabel moderasi, sehingga dapat menyelidiki bagaimana tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh perusahaan memengaruhi hubungan antara kinerja keuangan (profitabilitas, likuiditas, rasio aktivitas) dan nilai perusahaan. Maka dengan memasukkan variabel pemoderasi transparansi perusahaan, diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak faktor eksternal, seperti tingkat keterbukaan informasi perusahaan, mempengaruhi hubungan antara faktor-faktor internal, seperti kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Ini penting untuk memahami mekanisme yang mendasari penilaian nilai perusahaan oleh pasar dan pemangku kepentingan lainnya.

Transparansi perusahaan merujuk pada tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh suatu perusahaan kepada para stakeholders seperti investor, karyawan, regulator, dan masyarakat umum. Tujuan utama dari transparansi perusahaan adalah untuk membangun kepercayaan dari para pemangku kepentingan dengan menyediakan informasi secara jelas dan tepat pada waktunya tentang kinerja dan praktik perusahaan. Maka dengan menggunakan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi, sehingga dapat menyelidiki bagaimana tingkat keterbukaan dan keteraturan informasi yang disediakan oleh perusahaan memengaruhi hubungan antara kinerja keuangan (profitabilitas, likuiditas, rasio aktivitas) dan nilai perusahaan. Maka dengan memasukkan variabel pemoderasi transparansi perusahaan, diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak faktor eksternal, seperti tingkat keterbukaan informasi perusahaan, mempengaruhi hubungan antara faktor-faktor internal, seperti kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Ini penting untuk memahami mekanisme yang mendasari penilaian nilai perusahaan oleh pasar dan pemangku kepentingan lainnya.



Gambar 1.1 Penjualan Mobil Listrik

Sumber : Gaikindo & Goodstat (data diolah)

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) mempublikasi pada jumat 6 Desember 2019 yang menyatakan bahwa agenda peningkatan penggunaan mobil listrik bisa juga memberikan pergerakan roda ekonomi yang diharapkan dengan program tersebut ekonomi akan tumbuh baik. Selain ekonomi yang berasal dari kegiatan pembiayaan seperti leasing, tetapi juga industri sparepart. Hal tersebut memberikan sinyal pertumbuhan perusahaan otomotif di masa depan, dan berpeluang besar bagi produsen dan perusahaan otomotif agar banyak menarik lebih banyak lagi konsumen.

Sehingga ditarik kesimpulan bahwa penjualan mobil listrik mempunyai hubungan terhadap nilai perusahaan, karena peningkatan pendapatan dan margin laba yang lebih positif dari penjualan mobil listrik, yang sering kali dihargai lebih tinggi, dapat memperkuat kinerja keuangan

perusahaan. Persepsi positif investor terhadap inovasi dan keberlanjutan juga dapat mendorong peningkatan harga saham dan meningkatkan valuasi pasar perusahaan. Maka, reputasi perusahaan sebagai pemimpin dalam teknologi hijau dapat meningkatkan loyalitas merek dan brand value. Efisiensi operasional yang lebih tinggi dan pengurangan biaya produksi, seiring dengan skala produksi yang meningkat, juga menjadi keuntungan. Dukungan dari kebijakan dan insentif pemerintah untuk kendaraan ramah lingkungan dapat lebih jauh memperkuat posisi perusahaan di pasar. Meskipun terdapat tantangan seperti risiko teknologi dan ketidakpastian pasar, keberhasilan dalam penjualan mobil listrik dapat memberikan keunggulan kompetitif dan memperluas pangsa pasar, sehingga meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Dengan kesimpulan tersebut, maka peningkatan penjualan mobil listrik di Indonesia menjadi good news bagi lingkungan, sama seperti yang di publikasi oleh Mgmotor.id yang menyatakan bahwa dampak yang paling signifikan dari penggunaan mobil listrik adalah penurunan tingkat polusi udara, mengurangi kebisingan sehingga menciptakan lingkungan yang lebih tenang dan nyaman, dukungan terhadap energi terbarukan, dan sebagai inovasi untuk masa depan yang lebih baik. Peningkatan penjualan mobil listrik di Indonesia juga menjadi good news juga bagi perusahaan yang berada di subsektor otomotif mobil, sama seperti yang di publikasi oleh Rhbtrademart.co.id yang menyatakan bahwa kinerja emiten atau perusahaan di sektor otomotif diyakini akan semakin melambung seiring dengan kebijakan pemerintah yang mendukung konversi mobil bertenaga listrik, tak hanya mendorong pertumbuhan produksi namun juga mempengaruhi saham-saham perusahaan di sektor otomotif.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2019 yang fokus pada percepatan Program Kendaraan Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan bertujuan untuk merangsang perluasan dan adopsi kendaraan listrik bertenaga baterai di Indonesia. Inisiatif ini diharapkan dapat mempengaruhi seluruh industri otomotif, termasuk produsen dan

pemasok komponen. Penelitian terkait profitabilitas perusahaan otomotif dapat mencerminkan bagaimana kebijakan ini berdampak pada kinerja keuangan perusahaan, karena peralihan ke produksi kendaraan listrik mungkin memerlukan investasi besar dalam penelitian dan pengembangan serta perubahan infrastruktur produksi. Implementasi kebijakan ini juga dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan otomotif karena investasi awal yang signifikan dalam teknologi baru dan infrastruktur pendukung. Perusahaan perlu menjaga likuiditas yang cukup untuk mendukung transisi ini, dan penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana kebijakan ini mempengaruhi likuiditas perusahaan di sektor otomotif. Selain itu, kebijakan ini dapat mempengaruhi rasio aktivitas perusahaan, seperti perputaran persediaan dan perputaran aset tetap, karena peralihan ke kendaraan listrik mungkin memerlukan penyesuaian dalam rantai pasokan dan pengelolaan aset. Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana rasio aktivitas perusahaan berubah sebagai respons terhadap kebijakan ini dan bagaimana dapat berpengaruh kepada nilai perusahaan. Kebijakan ini juga berpengaruh pada persepsi nilai perusahaan di mata investor. Perusahaan yang menunjukkan komitmen dan kemampuan untuk beradaptasi dengan kebijakan pemerintah mungkin dianggap lebih bernilai. Transparansi perusahaan memainkan peran penting sebagai moderasi karena perusahaan yang transparan dalam komunikasi mereka dengan pemangku kepentingan (misalnya, mengenai strategi mereka untuk beralih ke kendaraan listrik) cenderung mendapatkan kepercayaan lebih besar dari investor dan pemangku kepentingan lainnya. Secara keseluruhan, penelitian yang mengkaji pengaruh variabel independen kepada variabel dependen yang dipengaruhi moderasi ini dapat memberikan wawasan penting tentang bagaimana kebijakan pemerintah, seperti Peraturan Presiden No. 55 Tahun 2019, mempengaruhi kinerja dan nilai perusahaan di sektor otomotif.

Sehingga jika profitabilitas yang dihasilkan semakin tinggi maka dapat mempunyai pengaruh kepada nilai perusahaan yang semakin naik. Dengan peningkatan profitabilitas yang tinggi mendeskripsikan kinerja

finansial yang kuat, memungkinkan perusahaan untuk membayar dividen, reinvestasi, dan mengelola risiko dengan lebih baik. Serupa dengan yang diteliti (Idris, 2021) yang berisi tingginya laba bersih dari penggunaan aset perusahaan sehingga perusahaan tersebut memiliki harga saham yang tinggi, akan menarik untuk kenaikan harga saham di pasar modal. Kemudian, likuiditas perusahaan yang dapat melakukan pembayaran utang jangka pendek akan mempengaruhi nilai perusahaan. Serupa dengan (Lumban, 2023) yang menyatakan jika Likuiditas semakin tinggi rasio kas terhadap hutang maka berdampak baik terhadap nilai perusahaan dan dapat menarik investor lain. Perusahaan yang memaksimalkan rasio aktivitasnya akan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti yang menunjukkan kemahiran perusahaan untuk mempergunakan aset-aset yang dimilikinya. Teori tersebut serupa dengan penelitian (Panglipurningrum & Andriani, 2020) yang berisi jika perusahaan yang mengoptimalkan perputaran modal untuk mendukung aktivitas penjualan yang stabil. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga mempengaruhi harga saham sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Kurangnya penelitian atau terbatasnya penelitian pada subsektor otomotif mobil, meskipun subsektor ini memiliki karakteristik yang unik tetapi masih sedikit penelitian yang mengambil penelitian tentang subsektor otomotif mobil dan sedikitnya penelitian yang mengambil penelitian berdasarkan tren teknologi yang juga mempengaruhi nilai perusahaan. Karena hasil dari peneliti sebelumnya belum konsisten, maka peneliti akan kembali menguji dengan ditambah transparansi perusahaan sebagai moderasi, karena transparansi perusahaan memainkan peran penting sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. Transparansi yang tinggi mengurangi asimetri informasi, meningkatkan kepercayaan investor, dan memungkinkan pasar untuk lebih efisien dalam mencerminkan nilai sebenarnya dari perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang peneliti yang dijelaskan maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah pengaruh Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
5. Untuk mengetahui pengaruh Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
6. Untuk mengetahui pengaruh Transparansi Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Agar penelitian ini memberikan masukan kepada pihak yang ada dibawah ini :

1. Kontribusi untuk peneliti selanjutnya
Semoga dapat lebih mendalami pemahaman tentang bidang industri otomotif, sehingga akan memberikan pemahaman yang jauh lebih mendalam kepada faktor-faktor yang dapat berpengaruh kepada nilai

perusahaan dalam industri otomotif. Hal ini akan membantu peneliti selanjutnya untuk memahami dinamika dan karakteristik unik dari sektor ini.

2. Kontribusi untuk universitas

Penelitian yang dilakukan diharapkan menjadi bacaan dan peningkatan kualitas dari lulusan universitas dengan topik perusahaan yang beragam dari biasanya

3. Kontribusi untuk praktisi industri

Penelitian ini diharapkan sebagai peningkatan pengambilan keputusan, peningkatan nilai perusahaan dan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan industri otomotif, termasuk manajer perusahaan, investor, dan analis keuangan, untuk membuat keputusan strategis yang baik sehingga perusahaan yang bergerak di sektor industri khususnya otomotif dapat berkembang lebih baik dan menambah peminatnya baik investor atau pembeli barang.