

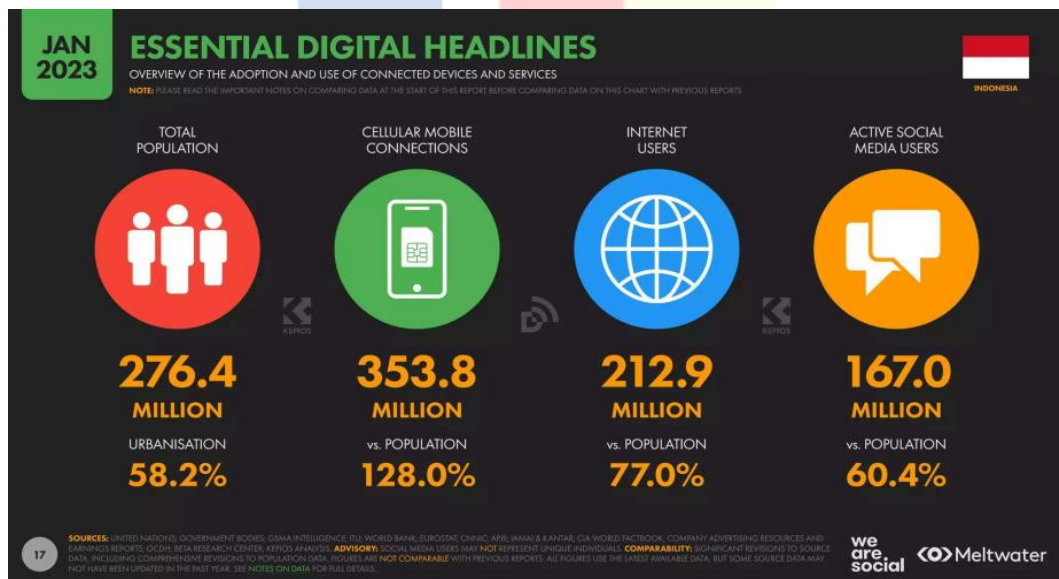
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang belum lama beroperasi atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Startup* merupakan perusahaan yang masih berada pada fase penelitian atau pengembangan agar dapat terus mengembangkan produknya dan juga untuk dapat menemukan pasarnya (Idris, 2021). *Startup* memiliki sifat yang sementara dan bertujuan untuk menemukan sebuah bisnis model di dalam suatu situasi yang belum pasti (Berita Terkini, 2023). Kata *Startup* bersumber dari Bahasa berarti bisnis rintisan atau bisnis yang baru saja dirintis (Idris, 2021). Biasanya perusahaan *Startup* mengarah kepada perusahaan yang memiliki basis teknologi pada layanan ataupun produknya. Saat ini *Startup* menjadi bisnis yang memiliki banyak peminatnya, hal ini tampak dari banyaknya bisnis *Startup* yang sukses pada masa kini.

Gambar 1. 1 Data "Essential Digital Headlines" Indonesia 2023

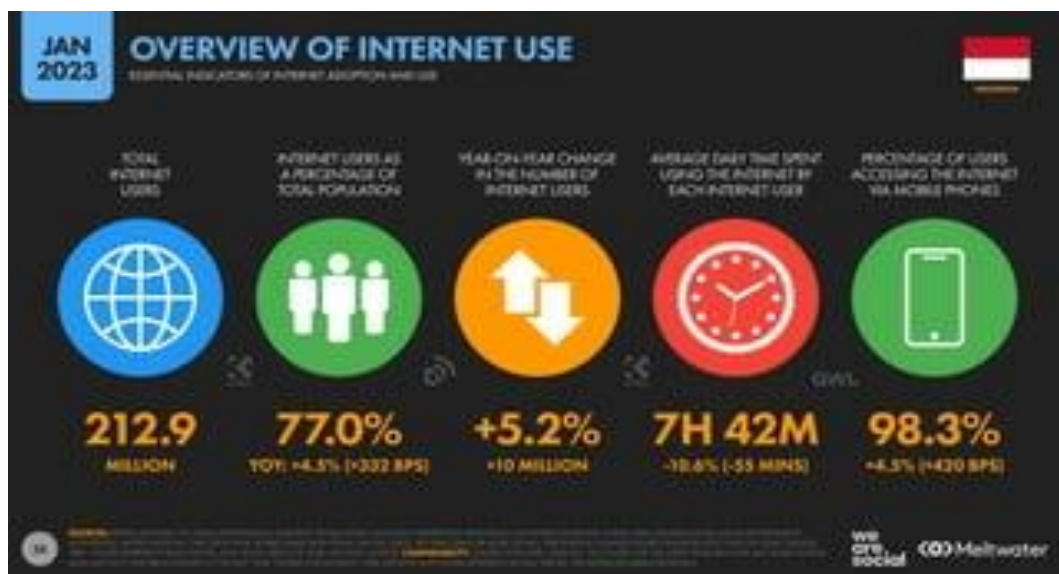


Sumber: datareportal (2023)

Data terbaru dari Datareportal.com dalam laporan "Digital 2023 Indonesia" memperlihatkan bahwasanya penggunaan internet di Indonesia telah naik secara

substansial. Berdasarkan data penggunaan internet serta media sosial di Indonesia di 2023, jumlah pengguna internet di negara ini adalah 212,9 juta orang. Angka ini menunjukkan bahwasanya 77% dari populasi, yaitu 274,4 juta orang, menggunakan internet. Kemudian terdapat juga 353,8 juta perangkat mobile yang terhubung ke jaringan internet, angka ini bahkan melebihi dari total populasi penduduk Indonesia, serta terdapat 167 juta pengguna media sosial.

Gambar 1. 2 Data "Overview of Internet Use" Indonesia 2023



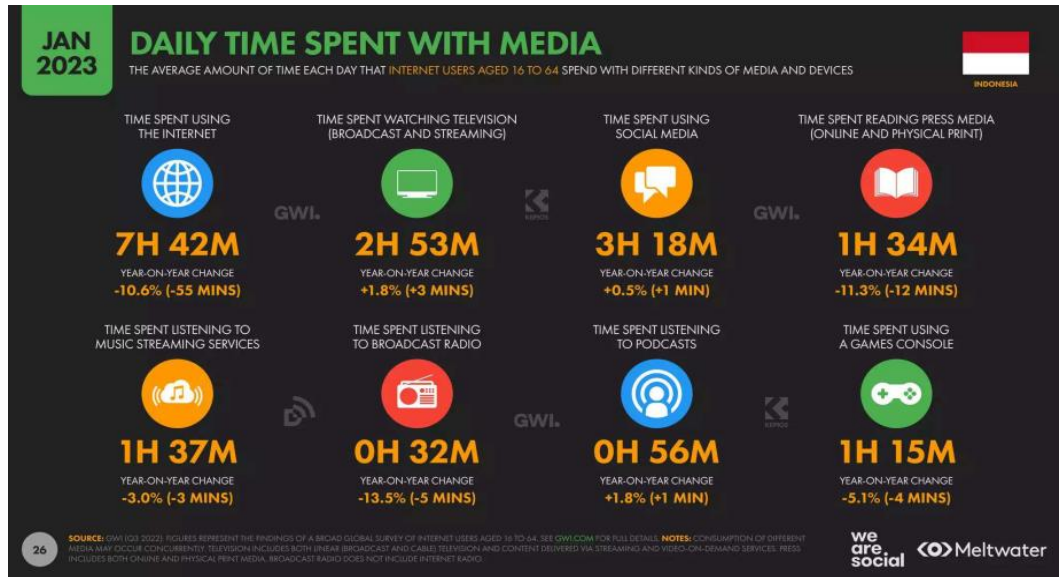
Sumber: datareportal (2023)

Gambar 1. 3 Data "Daily Time Spent Using The Internet" Indonesia 2023



Sumber: datareportal (2023)

Gambar 1. 4 Data "Daily Time Spent With Media" Indonesia 2023

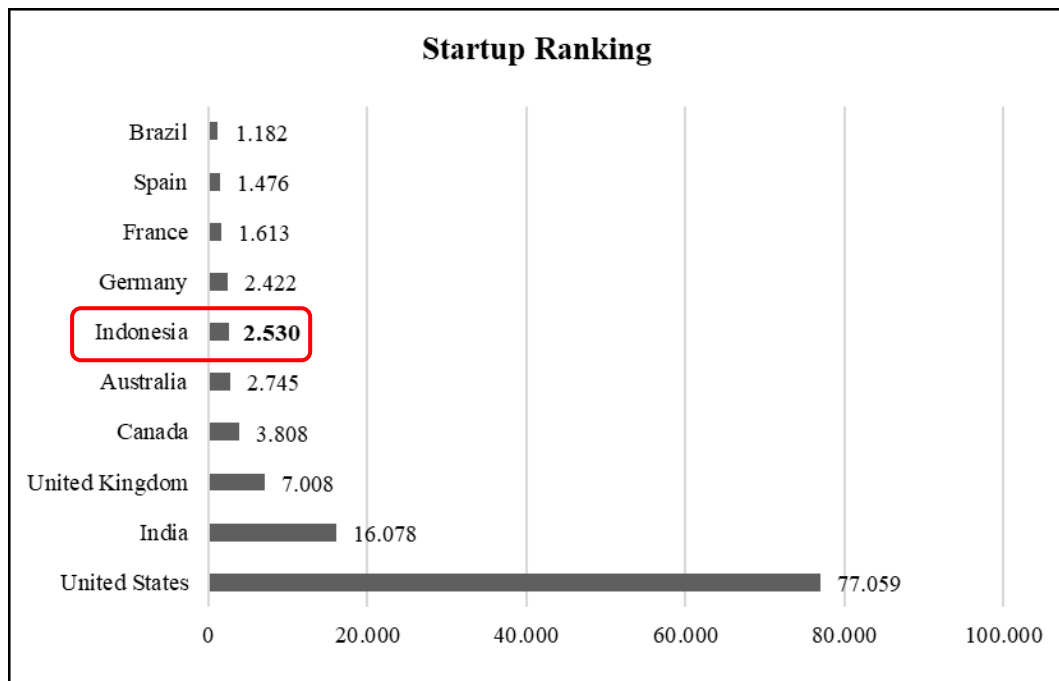


Sumber: datareportal (2023)

Selain itu, waktu orang Indonesia mengakses media digital pada tahun 2023 dalam penggunaan internet rerata setiap hari mencapai 7 jam 42 menit. Angka ini menunjukkan bahwa dalam satu hari, orang Indonesia menghabiskan satu per tiga waktunya untuk menggunakan internet dengan berbagai alasan penggunaannya. Dengan data jumlah pengguna internet dan waktu penggunaan internet di Indonesia, tidak dapat dipungkiri lagi bahwasanya Indonesia ialah negara yang memiliki potensi terpendam sebagai tempat *Startup* untuk berkembang.

Di Indonesia perkembangan ekonomi digital sudah cukup membuktikan dengan adanya ribuan *Startup*. Sedangkan pada tahun 2023 berdasarkan data dari *Startup Ranking*, Indonesia memiliki 2.530 *Startup*, jumlah ini membuat Indonesia berada pada peringkat keenam di dunia.

Grafik 1. 1 *Startup Ranking*



Sumber: *Startupranking* (2023)

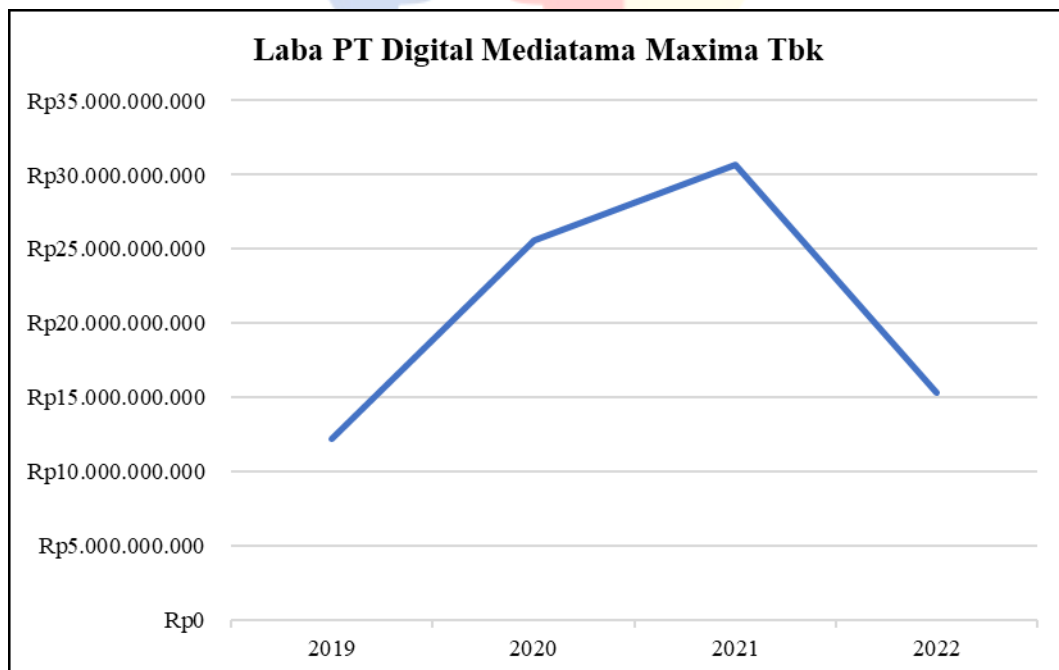
Sebuah perusahaan yang sedang dalam fase berkembang tentu saja membutuhkan pendanaan yang dapat mendukung bisnisnya ke tahapan yang lebih baik atau sebagai pemenuhan biaya operasionalnya. Hal ini lah yang membuat perusahaan *Startup* ingin segera IPO (*Initial Public Offering*), dengan IPO perusahaan akan mendapatkan pendanaan dari investor yang berasal dari publik. IPO atau *Initial Public Offering* memiliki kaitan yang erat dengan pasar modal, IPO dapat diartikan sebagai suatu penawaran umum dimana perusahaan akan memberikan penawaran dan menjual sahamnya kepada masyarakat umum (Amarilisya, 2021).

Dengan IPO, suatu perusahaan akan pertama kali terjun ke bursa saham Indonesia, sehingga saham perdana mereka dapat ditawarkan kepada masyarakat. Namun ketika perusahaan sudah IPO, maka artinya perusahaan telah menjadi perusahaan yang terbuka untuk publik, karena IPO menandakan bahwa perusahaan telah menawarkan sahamnya untuk dijual ke publik dan dapat dengan mudah dibeli oleh masyarakat sebagai sebuah investasi.

Masyarakat publik yang sudah membeli saham dari perusahaan yang sudah IPO tentu saja menjadikan hal tersebut sebagai sebuah investasi. Dengan kata lain, masyarakat yang sudah membeli saham pada sebuah perusahaan merupakan sebuah investor. Seorang investor atau pemegang saham pada sebuah perusahaan tentu saja ingin mendapatkan tingkat pengembalian investasi, untuk mencapai hal tersebut perusahaan yang menjadi tempat penanaman modal harus merupakan perusahaan yang dapat memaksimalkan labanya dengan baik sehingga investor atau para pemegang saham dapat mendapatkan keuntungan investasi. Nilai suatu perusahaan akan meningkat jika semakin banyak informasi, seperti informasi laba, diungkapkan.

Aset yang dimiliki perusahaan tercermin dalam nilainya. Investor akan merasa yakin menginvestasikan dananya di perusahaan dengan nilai tinggi, sebab mereka mengharapkan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasinya. Sementara bila sebuah perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang cukup rendah, maka para investor akan kurang percaya terhadap dana yang mereka tanamkan pada perusahaan tersebut dapat dikembalikan, karena tingginya nilai perusahaan maka hal ini mencerminkan peningkatan laba investor.

Grafik 1. 2 Laba PT Digital Mediatama Maxima Tbk

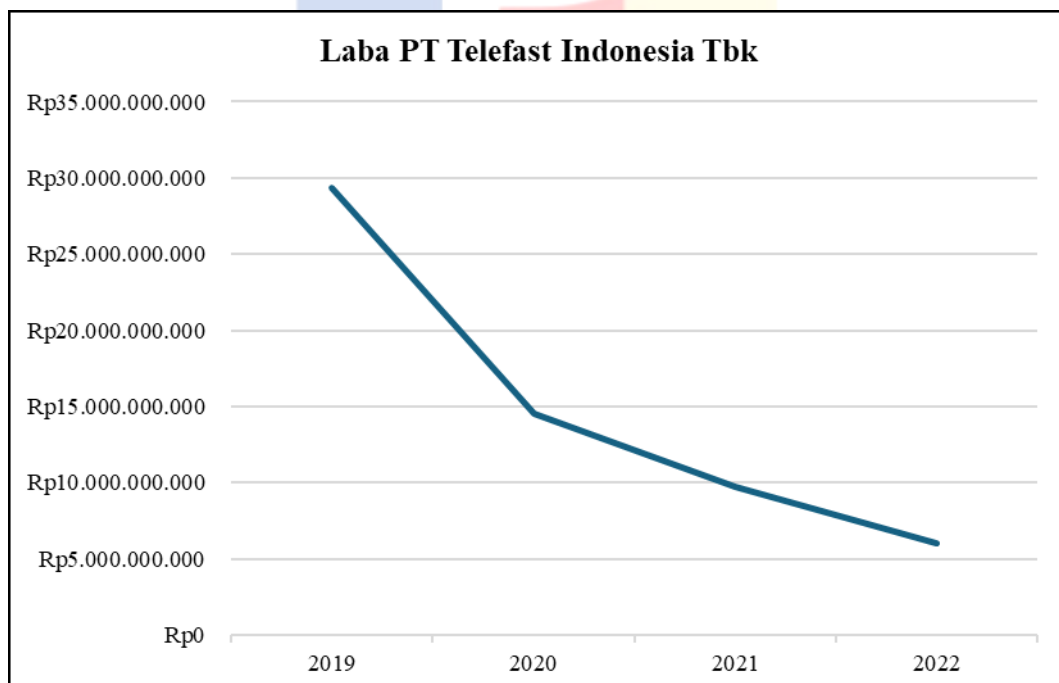


Sumber: Hasil pengolahan data sekunder (2024)

Di Indonesia sendiri sudah ada beberapa perusahaan *Startup* yang berhasil IPO, dari tahun 2017-2022 terdapat 10 perusahaan *Startup* yang sudah berhasil melakukan IPO. PT Digital Mediatama Maxima Tbk (DMMX) merupakan perusahaan *Startup* yang berhasil melakukan IPO di 2019. Dana hasil IPO dari DMMX dipergunakan sebanyak 75% untuk modal kerja dan 25% untuk investasi pada bidang informasi dan teknologi (IT) serta SDM (Sidik, 2019). Di Periode 2019-2022, DMMX mengalami peningkatan laba dimana pada tahun 2019 sebesar Rp12.241.590.374, tahun 2020 sebesar Rp25.585.341.517, tahun 2021 sebesar Rp30.662.326.787, dan tahun 2022 sebesar Rp15.309.255.852.

Dari data laba perusahaan, dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan DMMX belum maksimal, dikarenakan di 2022 terjadi penurunan laba senilai 15 miliaran dari 2021. Selain itu, pada Februari 2020, DMMX memperluas jangkauan bisnis *cloud advertising* ke 6800 lebih lokasi, dimana terjadi peningkatan sebesar 49% dari tahun 2019. Strategi ekspansi terbukti meningkatkan laba perusahaan pada tahun 2020 dari Rp12.241.590.374 menjadi Rp25.585.341.517.

Grafik 1. 3 Laba PT Telefast Indonesia Tbk



Sumber: Hasil pengolahan data sekunder (2024)

Perusahaan *Startup* lainnya yang berhasil melakukan IPO adalah PT Telefast Indonesia Tbk (TFAS) pada tahun 2019. Dana hasil IPO dari TFAS dipergunakan untuk modal kerja sebesar 70%, untuk belanja modal pasar sebesar 25%, dan 5% dipergunakan untuk sumber daya manusia (Tari, 2019). Pada tahun 2019-2022, TFAS mengalami penurunan laba dimana pada tahun 2019 sebesar Rp29.318.556.851, tahun 2020 sebesar Rp14.544.068.884, pada tahun 2021 sebesar Rp9.726.521.505, dan tahun 2022 sebesar Rp6.046.647.120. Dari data laba perusahaan dapat dilihat bahwa TFAS mengalami penurunan laba setiap tahunnya setelah berhasil menjadi perusahaan yang IPO.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan terdapat beberapa pendapat terkait dengan variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019) dengan judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan kepada nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan pengukuran *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013-2016.

Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Sondakh, Saerang, & Samadi (2019) dengan judul “Pengaruh Struktur Modal (ROA, ROE dan DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Properti yang Terdaftar di BEI (Periode 2013-2016)” menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan pengukuran *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan sektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013-2016.

Atas dasar fenomena yang telah disampaikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejenis dengan menggabungkan variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dan juga dengan perubahan pada penggunaan pengukuran nilai perusahaan, sehingga peneliti melakukan penelitian yang berjudul

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan” pada perusahaan *Startup* sektor teknologi yang terdaftar pada BEI tahun 2017-2022.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah dampak dari Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimanakah dampak dari *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimanakah dampak dari *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimanakah dampak dari Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan?
5. Bagaimanakah dampak dari Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dilakukanlah penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui dampak dari Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui dampak dari *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui dampak dari *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan.
4. Mengetahui dampak dari Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Mengetahui dampak dari Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4. Batasan Penelitian

Berikut ini adalah batasan penelitian:

1. Sampel penelitian yakni perusahaan *Startup* yang sudah terdaftar di BEI di 2017-2022.
2. Faktor yang hendak diuji di studi ini terbatas pada rasio keuangan dan karakteristik perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat penelitian:

1. Temuan penelitian memberi gambaran tentang pemetaan atas indikator nilai perusahaan pada perusahaan *Startup* dimana dapat menjadi masukan bagi literatur *review*.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi pengambilan keputusan investasi bagi para investor *Startup*.
3. Hasil penelitian dapat memberikan masukan atas penilaian going concern pada perusahaan *Startup* oleh pihak regulator.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan” terbagi di beberapa komponen, sesuai dengan sistematika:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, serta terkait sistematika penulisan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi dasar-dasar teori yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari beragam sumber.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi analisis penelitian yang dilakukan serta hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas analisis penelitian yang dilakukan dan juga hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

kesimpulan dan juga saran dari peneliti bagi para pihak yang memiliki kepentingan dengan penelitian.

