

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia saat ini terdapat banyak perusahaan yang berkembang pesat, baik yang beroperasi di sektor industri, perdagangan, maupun jasa. Setiap perusahaan, baik yang berskala kecil maupun besar, memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kondisi perusahaan yang sehat dapat memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan tumbuh demi mencapai tujuan yang diinginkan. Namun, di era globalisasi yang semakin kompetitif ini, persaingan antar pembisnis menjadi semakin ketat. Setiap perusahaan tentu berusaha untuk meraih profitabilitas. Untuk mencapai tujuan tersebut, manajemen yang baik sangat diperlukan agar sumber daya yang dimiliki dapat dikelola dengan efektif dan efisien.

Selain itu, kondisi ekonomi makro dan perubahan demografi juga berkontribusi pada dinamika pasar. Perusahaan yang mengadopsi praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang kuat sering kali dapat meningkatkan citra mereka dan membangun loyalitas pelanggan. Persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Termasuk dalam bidang ritel yang saat ini tumbuh dan berkembang pesat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin bertambahnya jumlah ritel modern di Indonesia seperti minimarket, supermarket, departement store, dan masih banyak bentuk ritel lainnya, masyarakat memiliki banyak pilihan untuk berbelanja.

Seiring meningkat perkembangan teknologi saat ini yang semakin canggih khususnya dibidang usaha, perusahaan ritel memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan saat ini. Faktor-faktor seperti pertumbuhan pasar, inovasi teknologi, dan manajemen rantai pasokan dapat secara signifikan mempengaruhi kinerja finansial dan daya tarik investasi. Misalnya, pergeseran ke arah e-commerce dan strategi omnichannel telah menjadi kunci dalam menarik konsumen, sementara efisiensi operasional membantu meningkatkan margin laba.

Perusahaan ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunaanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Sebagai negara yang membangun, angka pertumbuhan industri ritel Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, pertambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi.

Berikut ini data perbandingan penjualan pada perusahaan ritel yang terdaftar di BEI pada Periode 2014-2023.

Tabel 1.1
Data Pendapatan Perusahaan Ritel Yang Terdaftar BEI Pada Tahun 2023

No	Kode	Nama Perusahaan	Pendapatan
1.	AMRT	PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	Rp 106.944.683
2.	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk	Rp 33.318.811
3.	MIDI	PT Midi Utama Indonesia Tbk	Rp 17.351.152
4.	DMND	PT Diamond Food Indonesia Tbk	Rp 9.239.926
5.	LPPF	PT Matahari Department Tbk	Rp 6.538.586
6.	HERO	PT Hero Supermarket Tbk	Rp 3.803.355
7.	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk	Rp 2.744.427
8.	ECII	PT Electronic City Indonesia Tbk	Rp 2.469.278
9.	ACES	PT Aces Hardware Indonesia Tbk	Rp 1.992.528

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa data pendapatan yang dimiliki perusahaan retail di Indonesia menunjukan variasi yang signifikan, mencerminkan struktur dan dinamika perusahaan ini. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan PT Mitra Adiperkasa Tbk meraih pendapatan tertinggi, masing masing sebesar 106.944.683 dan 33.318.811, karena mereka memiliki jaringan distribusi yang luas. Sementara pada PT Midi Utama Indonesia Tbk, PT Dioamond Food Indonesia Tbk, dan PT Matahari Department Tbk juga menunjukkan pendapatkan yang cukup tinggi, masing- masing mencapai Rp17.351.152, Rp. 9.239.926, dan Rp. 6.538.586, memperkuat kembali posisimereka dalam strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas produk yang di tawarkan ke pada pelanggan. Di sisi lain, perusahaan PT Hero Supermarket Tbk, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, PT Electronic City Indonesia Tbk dengan pendapatan sebesar Rp. 3.803.355, Rp. 2.744.427, dan Rp. 2.469.278 menunjukan bahwa mereka harus meningkatkan kembali strategi penjualannya. Perusahaan dengan pendapatan lebih rendah, seperti PT Ace Hardware Indonesia Tbk hanya mencapai 1.992.528

Pada penelitian ini alasan memilih perusahaan PT Mitra Adiperkasa Tbk, karena PT Mitra Adiperkasa Tbk Adalah salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang memberikan gambaran jelas mengenai dinamika industri dan perilaku konsumen. Selama periode 2013-2024 PT Mitra Adiperkasa menunjukkan pertumbuhan yang konsisten melalui pengembangan dan variasi produk, yang menjadikannya menarik untuk dianalisis. Tahun 2013 sampai 2024, perusahaan ini telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil melalui pengembangan dan variasi produk. Pilihan investasi, seperti pembukaan cabang baru, menarik untuk dieksplorasi berkenaan dengan dampaknya terhadap keuntungan serta nilai perusahaan. Ketahanan keuntungan dan kondisi ekonomi yang selalu berubah juga penting untuk dipertimbangkan dalam menganalisis keputusan pendanaan dan strategi bisnis. Fenomena yang mendasari pemilihan PT Mitra Adiperkasa sebagai objek penelitian adalah transformasi yang terjadi dalam industri ritel, terutama akibat perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah beradaptasi dengan cepat terhadap tren e-commerce dan digital marketing, yang sangat mempengaruhi cara konsumen berbelanja. Selain itu, keberagaman produk dan merek yang ditawarkan mencerminkan kebutuhan dan preferensi pasar yang terus berkembang. Penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana PT Mitra Adiperkasa mengelola tantangan dan memanfaatkan peluang di tengah perubahan tersebut, menjadikannya contoh yang menarik untuk analisis lebih lanjut.

Terdapat fenomena yang terjadi Pada PT Mitra Adiperkasa Dalam periode 2013-2024, PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) menghadapi beberapa masalah

signifikan yang mempengaruhi kinerja dan pertumbuhannya. perusahaan mulai memperluas portofolio mereknya dengan memperoleh sejumlah merek internasional, yang meningkatkan daya saing di pasar ritel. Selain itu, munculnya tren belanja online mulai mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek, menghimbau perusahaan untuk beradaptasi dengan model bisnis baru. Peningkatan akses internet dan penggunaan smartphone juga mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Di sisi lain, meskipun menghadapi tantangan dari pesaing lokal dan global, PT Mitra Adiperkasa berhasil mengembangkan pengalaman berbelanja yang lebih menarik di toko fisik, dengan inovasi dalam layanan pelanggan dan tata letak toko. Pada tahun 2018 terjadi penambahan jumlah saham yang beredar atau terjadi stock split saham sebesar 10 kali lipat, dari 1,660,000,000 menjadi 16,600,000,000. Penambahan ini terjadi karena perusahaan melakukan stock split, yang bertujuan untuk meningkatkan likuiditas saham dan menarik lebih banyak investor ritel. Dengan harga per saham yang lebih terjangkau setelah pemecahan, saham perusahaan menjadi lebih menarik bagi kalangan investor kecil. Selain itu, langkah ini mencerminkan keyakinan perusahaan terhadap pertumbuhan yang berkelanjutan, sehingga meningkatkan tanggapan positif di pasar. Penyebab utama dari tindakan ini adalah kebutuhan untuk mendukung pengembangan usaha dan meningkatkan daya tarik investasi, yang sejalan dengan strategi jangka panjang perusahaan. Melalui penambahan jumlah saham yang beredar, PT Mitra Adiperkasa tidak hanya memperluas basis investornya tetapi juga mengoptimalkan modal yang dapat digunakan untuk pengembangan lebih lanjut.

Setelah itu ada faktor dari dampak pandemi COVID-19 menjadi tantangan utama, yang menyebabkan penutupan gerai fisik dan penurunan drastis dalam penjualan. Setelah itu terdapat fluktuasi ekonomi, seperti inflasi yang meningkat dan perubahan daya beli masyarakat, menyebabkan ketidak pasti dalam permintaan konsumen, memaksa MAPI untuk menyesuaikan strategi harga dan promosi. Perusahaan juga menghadapi persaingan yang semakin ketat dari merek lokal dan internasional, yang mengharuskan MAPI untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan.

Mengingat pentingnya posisi perusahaan ritel. Hal ini disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan di dunia usaha ritel yang mengharuskan perusahaan untuk bersaing dan menyesuaikan diri agar terhindar dari risiko kebangkrutan serta tetap unggul dalam kompetisi. Upaya ini dapat dilakukan melalui berbagai metode yang tentunya dengan cara mengelola perusahaan dengan optimal. Dalam mengelola perusahaan atau usaha, terdapat beberapa aspek krusial yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah nilai perusahaan yang baik bagi para investor.

Menurut Hery (2017:5) mendefinisikan bahwa pengertian” Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan sebuah perusahaan, dimana terdapat penilaian khusus oleh calon investor terhadap baik buruknya kinerja keuangan perusahaan. Setiap pemilik perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik kepada publik tentang nilai perusahaan. Hal

ini yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh modal eksternal agar meningkatkan kegiatan produksi.

Nilai suatu perusahaan dapat dinilai menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), yang menunjukkan perbandingan antara harga saham dan nilai bukunya. Sebuah rasio PBV yang tinggi menunjukkan bahwa harga pasar saham semakin meningkat. Ketika harga pasar saham naik, keuntungan investasi juga cenderung meningkat. Kenaikan harga saham dapat berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Harga saham yang stabil biasanya akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Para pemegang saham atau investor memberikan kepercayaan kepada manajemen untuk mengelola perusahaan, termasuk dalam mengambil keputusan bisnis yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan kekayaan para pemilik modal. Dalam studi ini, nilai perusahaan diperkirakan dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

Price To Book Value (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk menilai apakah harga sebuah saham dari suatu perusahaan termasuk murah atau mahal. Sementara, *book value* sendiri adalah modal yang dikuasai oleh perusahaan. Rasio PBV melebihi angka satu (*overvalued*), yang berarti nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar nilai PBV, semakin sukses perusahaan dalam menciptakan nilai atau memberikan keuntungan kepada pemegang saham. Sebaliknya, jika nilai PBV di bawah satu (*undervalue*), hal ini menunjukkan bahwa kondisi perusahaan kurang baik. Perusahaan dengan PBV di bawah satu memiliki harga saham yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki PBV di atas satu, yang cenderung memiliki harga saham

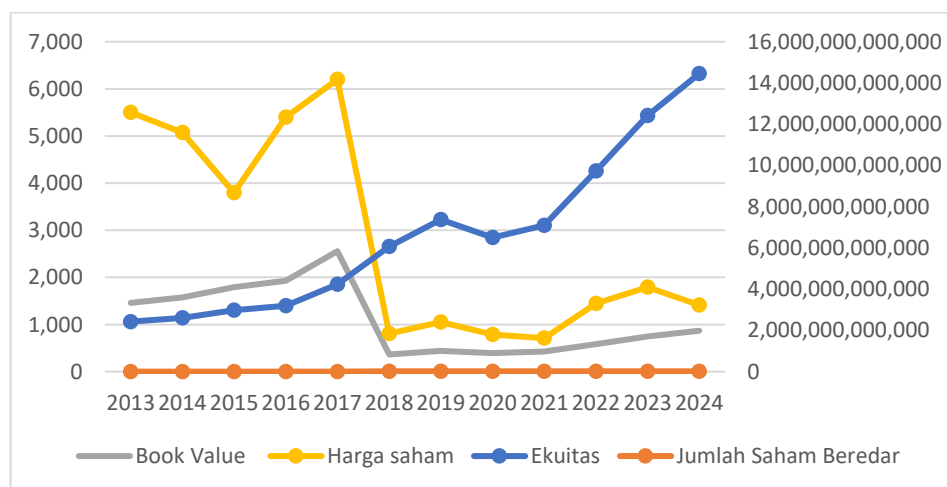
yang lebih tinggi, karena nilai PBV di bawah satu menunjukkan harga jual perusahaan lebih rendah daripada nilai buku perusahaan.

Berikut ini data laporan keuangan untuk menghitung Nilai perusahaan mengunakan indikator *Price to Earning Ratio* (PBV) pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama 12 tahun yaitu dari tahun 2013-2024 pada penelitian ini :

Tabel 1.2
Data Laporan Keuangan Nilai Perusahaan (PBV) PT Mitra Adiperkasa Tbk,
Periode 2013-2024

Tahun	Ekuitas	Jumlah Saham Beredar	Book Value	Harga saham
2013	2,427,883,906,000	1,660,000,000	1,463	5,500
2014	2,609,438,590,000	1,660,000,000	1,572	5,075
2015	2,974,910,568,000	1,660,000,000	1,792	3,795
2016	3,203,510,273,000	1,660,000,000	1,930	5,400
2017	4,242,414,145,000	1,660,000,000	2,556	6,200
2018	6,062,186,000,000	16,600,000,000	365	805
2019	7,370,545,000,000	16,600,000,000	444	1,055
2020	6,499,400,000,000	16,600,000,000	392	790
2021	7,095,907,000,000	16,600,000,000	427	710
2022	9,727,620,000,000	16,600,000,000	586	1,445
2023	12,411,700,000,000	16,600,000,000	748	1,790
2024	14,450,911,000,000	16,600,000,000	871	1,410

Sumber: Laporan Keuangan PT Mitra Adiperkasa Tbk 2013-2024



Gambar 1.1
Nilai Perusahaan (PBV) PT Mitra Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Dari tabel 1.2 di atas, dapat kita lihat data untuk menghitung Nilai perusahaan yang menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV), untuk menghitung PBV menggunakan harga saham dan book value, sebelum mencari PBV kita harus mencari nilai buku dengan menggunakan ekuitas dan jumlah saham yang beredar yang di mana mengalami kenaikan dan penurunan dalam waktu dua belas tahun berturut-turut. Dari tahun 2013 hingga 2024, harga saham PT Mitra Adi Perkasa menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2013, harga saham tercatat sebesar 5.500, yang merupakan nilai tertinggi dalam periode tersebut. Namun, pada tahun berikutnya, 2014, harga saham mengalami sedikit penurunan menjadi 5.075. Selanjutnya, pada tahun 2015, harga saham kembali turun menjadi 3.795, mencerminkan penurunan yang cukup tajam. Tahun 2016 menunjukkan pemulihan dengan harga saham naik menjadi 5.400, lalu melonjak lagi pada tahun 2017 menjadi 6.200. Namun, pada tahun 2018, harga saham turun signifikan menjadi 805, sebelum kembali mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 1.055. Tahun 2020 dan 2021 menunjukkan tren penurunan lebih lanjut dengan harga saham masing-masing sebesar 790 dan 710. Tahun 2022 mencatat harga saham yang lebih rendah lagi di 1.445, diikuti oleh sedikit penurunan lagi menjadi 1.410 pada tahun 2024.

Di sisi lain, total book value (BV) perusahaan juga mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013, BV tercatat sebesar 1.463, yang meningkat menjadi 1.572 pada tahun 2014. Namun, dari tahun 2015 hingga 2017, BV terus meningkat, mencapai 2.556 pada tahun 2017. Setelah itu, BV mulai menurun, dengan nilai terendah

tercatat pada tahun 2021 di 427. Pada tahun 2022 dan 2023, meskipun ada sedikit pemulihan, BV tetap berada pada tingkat yang rendah, yaitu 365 dan 586.

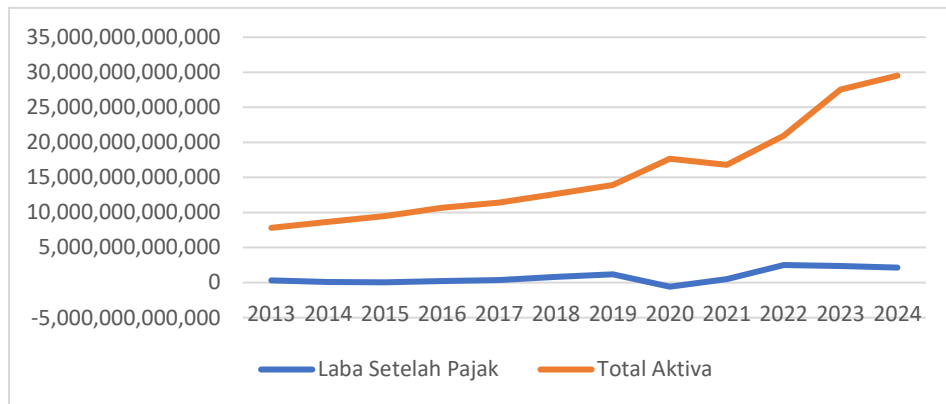
Penelitian ini untuk melihat Bagaimana pengaruh dari *Return on assets* (ROA), Keputusan investasi dan Keputusan pendanaan. Variabel yang akan kita bahas terlebih dahulu adalah *Return On Assets*. *Return On Assets* adalah ukuran yang menilai seberapa efektif sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aset yang dimilikinya. Ini menggambarkan seberapa baik modal yang ditanamkan dalam seluruh aset dapat mendatangkan profit.

Berikut ini data laporan keuangan untuk menghitung Profitabilitas menggunakan indikator *Return On Asset* (ROA) pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama 12 tahun yaitu dari tahun 2013-2024 pada penelitian ini :

Tabel 1.3
Data Laporan Keuangan *Return On Assets* (ROA) PT Mitra Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Tahun	Laba Setelah Pajak	Total Aktiva
2023	327.792.717.000	7.808.299.570.000
2014	73.262.562.000	8.686.174.538.000
2015	30.095.070.000	9.482.934.568.000
2016	208.475.635.000	10.683.437.788.000
2017	350.081.265.000	11.425.390.076.000
2018	813.916.000.000	12.632.671.000.000
2019	1.163.507.000.000	13.937.115.000.000
2020	-585.304.000.000	17.650.451.000.000
2021	490.156.000.000	16.783.042.000.000
2022	2.505.403.000.000	20.968.046.000.000
2023	2.345.293.000.000	27.516.859.000.000
2024	2.147.416.000.000	29.525.113.000.000

Sumber : Laporan Keuangan PT Mitra Adiperkasa Tbk 2013-2024



Gambar 1.2
Return On Assets (ROA)
PT Mitra Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Dari tabel 1.3 di atas, dapat kita lihat data untuk menghitung Profitabilitas yang menggunakan indikator Return on Asset (ROA) pada PT Mitra Adiperkasa periode 2013-2024, untuk menghitung Return On Asset (ROA) dengan cara laba bersih atau laba setelah pajak dibagi dengan total aktiva. Dapat dilihat dari kolom laba setelah pajak pada tahun 2013 sebesar 327.792.717.000, pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan sebesar 43.167.492.000, kemudian di tahun 2016-2019 laba setelah pajak mengalami kenaikan kembali sebesar 349.591.000.000 dengan nilai tahun 2019 sebesar 1.163.507.000.000, pada tahun 2020 mengalami kerugian sebesar 585.304.000.000, kemudian di tahun 2021-2024 laba setelah pajak mengalami kenaikan sebesar 1.562.112.000.000 dengan nilai di tahun 2024 sebesar 2.147.416.000.000. pada kolom total aktiva pada tahun 2013-2024 mengalami kenaikan terus menerus dikarenakan adanya peningkatan pada pertumbuhan pendapatan, adanya peningkatan modal dan perusahaan mungkin melakukan investasi dalam aset tetap.

Menurut penelitian yang dilakukan Komala, P. S., Endiana, I. D. M., Kurnia, D., & Oktrima, B (2024) . menyatakan bahwa *return on assets* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Jika ROA mendapatkan angka tinggi maka akan memberikan persepsi bagi investor. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah, A., & Haryono, N. A. (2018).menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Variable yang akan di bahas kedua yaitu Keputusan investasi merupakan salah satu dari fungsi manajemen keuangan yang menyangkut pengalokasi dana baik dana yang bersumber dari dalam maupun luar perusahaan pada berbagai bentuk keputusan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya dana dimasa yang akan datang. Bentuk-bentuk investasi antara lain investasi jangka pendek yang terdiri atas investasi kedalam kas, surat-surat berharga jangka pendek, piutang, dan persediaan dan investasi jangka panjang dalam bentuk tanah, gedung, kendaraan, mesin, peralatan produksi, dan aktiva tetap lainnya. Keputusan investasi berkaitan dengan keputusan pemilihan aset atau aset yang dimiliki oleh perusahaan. Keputusan investasi berkaitan dengan pertanyaan berapa sebaiknya komposisi jumlah setiap komponen aset (Hamidah, 2019). Keputusan investasi merupakan keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi berpengaruh secara langsung terhadap besarnya rentabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu yang akan datang.

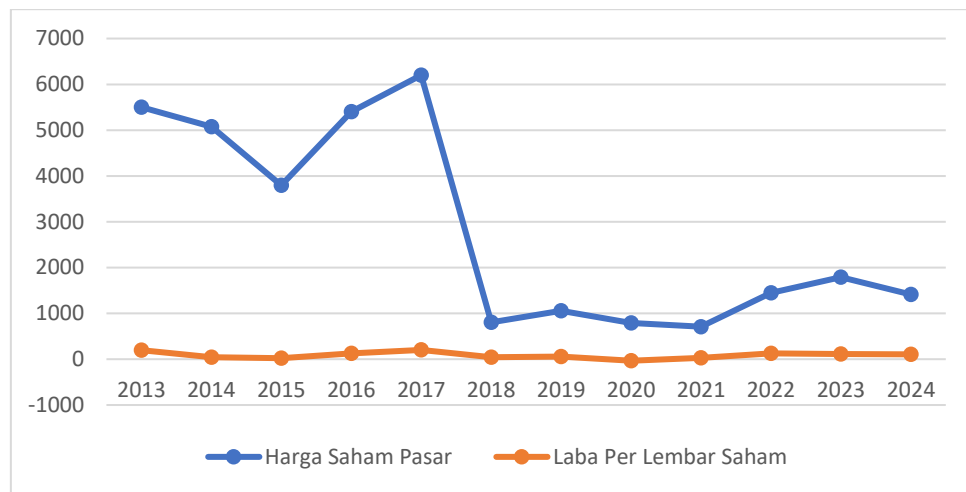
Rentabilitas investasi merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang dihasilkan oleh suatu investasi

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah *Price Earning Ratio* (PER). Menurut Wira (2020:94) *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang dihitung dengan membagi harga saham dengan Earning Per Share (EPS). EPS dihitung dengan membagi laba bersih dengan jumlah saham beredar. PER dihitung dalam satuan kali. Menurut Wira (2020:95) PER tinggi menunjukkan perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang banyak diincar oleh investor, sehingga harga sahamnya terus naik, akhirnya nilai PER tinggi.

Berikut ini data laporan keuangan untuk menghitung Keputusan Investasi menggunakan indikator *Price Earning Ratio* (PER) pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama 12 tahun yaitu dari tahun 2013-2024 pada penelitian ini

Tabel 1.4
Data Laporan Keuangan Keputusan Investasi (PER) PT Mitra Adiperkasa,
Periode 2013-2024

Tahun	Harga Saham Pasar (Rp)	Laba Per Lembar Saham (Rp)
2023	5.500	197
2014	5.075	45
2015	3.795	23
2016	5.400	126
2017	6.200	202
2018	805	44
2019	1.055	56
2020	790	33
2021	710	27
2022	1.445	128
2023	1.790	114
2024	1.410	107



Gambar 1.3
Keputusan Investasi (PER) PT Mitra Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan PT Mitra Adiperkasa Tbk

Dari tabel 1.4 di atas, dapat kita lihat data untuk menghitung Keputusan Investasi yang menggunakan indikator *Price Earning Ratio* (PER) pada PT Mitra Adiperkasa periode 2013-2024. untuk menghitung *Price Earning Ratio* (PER) menggunakan harga saham dan laba per lembar saham yang di mana mengalami kenaikan dan penurunan dalam kurun waktu dua belas tahun berturut-turut. Dimana dari tabel harga saham pada tahun 2013 sebesar 5.500, kemudian pada tahun 2014-2015 harga saham mengalami penurunan sebesar 1.280 di 2015 sebesar 3.795, pada tahun 2016-2017 harga saham mengalami kenaikan kembali sebesar 800 di tahun 2017 sebesar 6.200, kemudian di tahun 2018 harga saham mengalami penurunan cukup besar 805, dan tahun 2019 harga saham mengalami kenaikan sebesar 1.055 , pada tahun 2020-2021 harga saham mengalami penurunan yang cukup besar 80 di tahun 2021 senilai 710, dan di tahun 2022-2023 harga saham mengalami kenaikan sebesar 345 di tahun 2022 sebesar 1.455 dan tahun 2023 sebesar 1.790 dan tahun 2024

sedikit menurun sebesar 1.140. Pada kolom laba per lembar saham pada tahun 2013 sebesar 197, pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan senilai 174 di tahun 2015 menunjukkan angka 23, pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan laba per lembar saham sekitar 179, tahun 2017 senilai 202, kemudian di tahun 2018-2021 mengalami penurunan pada laba per lembar saham sebesar 175, tahun 2021 senilai 27, pada tahun 2022 mengalami kenaikan laba per lembar saham sebesar 128, 2023 -2024 mengalami penurunan senilai 21, tahun 2024 sebesar 107.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan keputusan keputusan oleh Yesi Oktavia dan Umami Kalsum (2021) Keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena Keputusan investasi yang sangat penting, manajer harus menjaga perkembangan investasi agar dapat mencapai hidup tujuan perusahaan melalui kesuksesan pemegang saham Priastuti, N. P. A., Mendra, N. P. Y., & Arizona, I. P. E. (2024). Menyatakan bahwa Hasil pengujian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Variable ke tiga yang akan yang di bahas yaitu Keputusan pendanaan mencakup penentuan komposisi sumber dana yang optimal bagi perusahaan, serta cara menjaga komposisi tersebut. Hal ini juga mencakup pertimbangan apakah perusahaan sebaiknya menggunakan modal sendiri atau modal asing. Memiliki komposisi yang ideal antara penggunaan utang dan modal sendiri dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

Keputusan pendanaan berkaitan erat dengan penentuan struktur modal yang tepat untuk perusahaan. Secara umum, Keputusan ini melibatkan cara menentukan sumber keuangan yang akan digunakan, baik dari dalam maupun dari

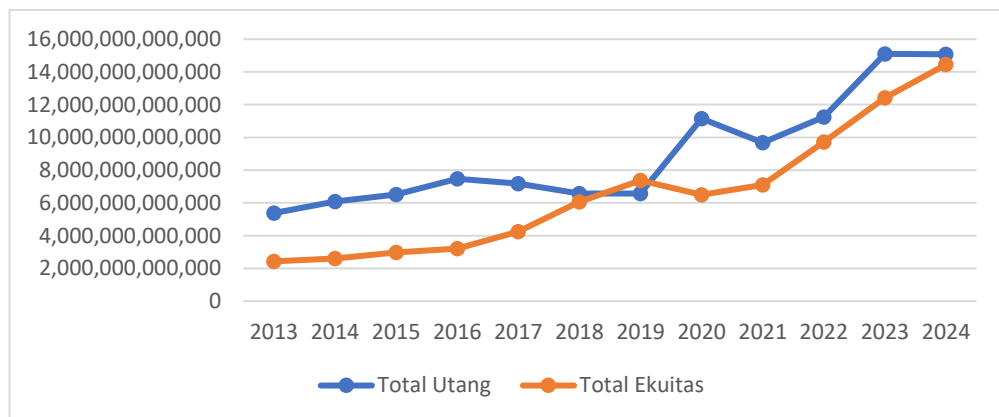
luar perusahaan. Dalam proses ini, perusahaan perlu menganalisis kondisi sumber pendanaannya, baik melalui utang maupun modal, yang akan dialokasikan untuk mendukung berbagai aktivitas operasional, termasuk investasi dalam modal kerja atau aset tetap. Pendanaan perusahaan dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu pendanaan internal dan pendanaan eksternal. Pendanaan internal berasal dari dalam perusahaan, seperti laba ditahan, sementara pendanaan eksternal diambil dari luar, seperti utang dan ekuitas. Beberapa perusahaan lebih memilih pendanaan menggunakan hutang, karena hutang bisa digunakan untuk menghemat pajak, karena bunga bisa dipakai sebagai pengurang pajak. Di sisi lain pendanaan menggunakan hutang mempunyai risiko, salah satunya peningkatan jumlah hutang akan meningkatkan risiko perusahaan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan (Alvita & Khairunnisa, 2019). Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah *Debt To Equity* (DER). Menurut (Ukhriyawati & Malin, 2018) debt to equity ratio (DER) Rasio hutang terhadap ekuitas dihitung hanya dengan membagi total hutang perusahaan (termasuk kewajiban jangka pendek) dengan ekuitas pemegang saham. Para kreditor secara umum lebih menyukai rasio ini rendah, semakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor (margin perlindungan) jika terjadi penyusutan nilai aktiva atau kerugian besar.

Berikut ini data laporan keuangan untuk menghitung Keputusan Investasi menggunakan indikator *Price Earning Ratio* (PER) pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama 12 tahun yaitu dari tahun 2013-2024 pada penelitian ini.

Tabel 1.5
Data Laporan Keuangan Keputusan Pendanaan (DER) PT Mitra
Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Tahun	Total Utang (Rp)	Total Ekuitas (Rp)
2013	5.380.415.664.000	2.427.883.906.000
2014	6.076.735.948.000	2.609.438.590.000
2015	6.508.024.000.000	2.974.910.568.000
2016	7.479.927.515.000	3.203.510.273.000
2017	7.182.975.931.000	4.242.414.145.000
2018	6.570.485.000.000	6.062.186.000.000
2019	6.566.570.000.000	7.370.545.000.000
2020	11.151.051.000.000	6.499.400.000.000
2021	9.687.135.000.000	7.095.907.000.000
2022	11.240.426.000.000	9.727.620.000.000
2023	15.105.159.000.000	12.411.700.000.000
2024	15.074.202.000.000	14.450.911.000.000

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan PT Mitra Adiperkasa Tbk



Gambar 1.4
Keputusan Pendanaan (DER) PT Mitra Adiperkasa Tbk, Periode 2013-2024

Dari tabel 1.4 di atas, dapat kita lihat data untuk menghitung Keputusan Pendanaan yang menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) pada PT Mitra Adiperkasa periode 2013-2024. untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* (DER) menggunakan total hutang dan total ekuitas yang di mana mengalami kenaikan dan penurunan dalam kurun waktu dua belas tahun berturut-turut. Dari tahun 2013 hingga

2024, PT Mitra Adi Perkasa mengalami perubahan signifikan dalam total utang dan ekuitas. Pada 2013, total utang sebesar Rp 5.380.415.664.000 dan ekuitas Rp 2.427.883.906.000. Utang meningkat menjadi Rp 2.609.438.590.000 pada 2014 dan Rp 2.974.910.568.000 pada 2015, dengan ekuitas juga tumbuh. Pada 2016, utang mencapai Rp 7.479.927.515.000, sementara ekuitas Rp 3.203.510.102.000. Tahun 2017 mencatat utang Rp 7.182.975.931.000 dan ekuitas Rp 4.242.414.145.000. Di 2018, utang Rp 6.570.485.000.000 dengan penurunan ekuitas. Pada 2019, utang kembali naik menjadi Rp 6.566.570.000.000 dan ekuitas Rp 7.370.545.000.000. Tahun 2020 menunjukkan lonjakan utang ke Rp 11.151.501.000.000 dan ekuitas Rp 6.499.400.000.000. Pada 2021, utang Rp 9.867.135.000.000 dan ekuitas Rp 7.095.907.000.000. Tahun 2022, utang menjadi Rp 11.240.426.000.000 dan ekuitas Rp 12.411.700.000.000. Tahun 2023, utang meningkat sebesar Rp. 12.411.700.000.000 dan ekuitas Rp. 12.411.700.000.000. Akhirnya, pada 2024, utang mencapai Rp 15.074.202.000.000 dan ekuitas Rp 14.450.911.000.000, mencerminkan pertumbuhan yang signifikan dan stabilitas keuangan perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Setyowati et al., 2018) menunjukkan hasil bahwa keputusan pendanaan yang diukur dengan debt to equity ratio berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mawardi, 2017) menunjukkan hasil bahwa keputusan pendanaan yang diukur dengan debt to equity ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari uraian diatas, peneliti memandang perlu diadakan penelitian kembali mengenai nilai perusahaan, dengan melibatkan variabel Profitabilitas (ROA), Keputusan Investasi (PER) dan Keputusan Investasi (DER) dengan judul **“Pengaruh *Return On Assets* (ROA), Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Mitra Adiperkasa Tbk Pada Tahun 2013-2024.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembahasan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Return On Assets* (ROA) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024?
2. Apakah terdapat pengaruh Keputusan Investasi secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024?
3. Apakah terdapat pengaruh Keputusan pendanaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024?
4. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas, Keputusan investas dan Keputusan pendanaan secara simultan terhadap Nilai perusahaan PT Mitra Adiperkasa selama periode 2013-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Assets* (ROA) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024.

2. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan investasi secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan pendanaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024.
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, keputusan investasi dan Keputusan pendanaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mitra Adiperkasa Tbk selama periode 2013-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ada dua Kegunaan yaitu kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis. Maka dari itu, adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoris

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi di suatu saat nanti agar menambah suatu pengetahuan tentang analisis rasio likuiditas, dan rasio profitabilitas dalam menilai kinerja keuangan perusahaan.
- b. Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya yang bersifat sejenis.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti terkait analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas dalam menilai kinerja keuangan perusahaan dan memenuhi tugas akhir dalam penulisan skripsi guna memperoleh gelar sarjana di Universitas Pamulang Tangerang.

- b. Bagi Universitas Pamulang tangerang selatan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan dan juga dapat didokumentasikan agar bisa bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, sekaligus sebagai bahan kajian bagi para mahasiswa dan mahasiswi.
- c. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna dan bersifat positif terhadap kemajuan perusahaan dan serta menjadi pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak yang terkait.
- d. Bagi masyarakat, sebagai suatu pengetahuan dan wawasan tentang laporan keuangan perusahaan dan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkompeten terhadap masalah yang dibahas di atas.