

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan pada sub sektor otomotif tergolong perusahaan manufaktur yang beroperasi dalam sektor industri dengan cakupan kegiatan peracancangan, produksi, pemasaran, hingga layanan purna jual kendaraan. Perusahaan otomotif erat kaitannya dengan bisnis yang berkaitan dengan mesin atau motor yang digunakan untuk menggerakkan berbagai jenis kendaraan seperti sepeda motor, mobil, bus, truk, dan lain sebagainya (Kasmawati *et al.*, 2024). Kemajuan teknologi yang cepat dalam beberapa dekade terakhir telah menyebabkan perubahan besar dalam berbagai bidang industri, termasuk di sektor manufaktur otomotif (Ramadan *et al.*, 2025).

Industri otomotif saat ini mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan preferensi konsumen, terutama dengan meningkatnya permintaan kendaraan listrik serta inovasi produk yang terus berkembang. Perusahaan di sektor otomotif harus segera menyesuaikan diri untuk menghadapi kompetisi yang semakin intens, baik dari produsen mapan maupun pesaing pendatang yang semakin agresif memasuki pasar. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, dan strategi pemasaran agar dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Perkembangan kendaraan listrik di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Sejak 2021, masuknya

berbagai merek baru, khususnya dari Tiongkok, dengan harga yang kompetitif dan teknologi yang semakin canggih telah mendorong pertumbuhan penjualan kendaraan listrik serta mengubah struktur persaingan industri otomotif. Kondisi ini tercermin dari peningkatan penjualan kendaraan listrik di Indonesia selama periode 2021–2024 sebagaimana disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Penjualan Mobil Listrik (BEV) di Indonesia Tahun 2021–2024

Tahun	Total Penjualan EV/BEV (unit)	Jenis/Keterangan	Merek Dominan
2021	1.900	Hybrid,PHE, dan BEV	-
2022	10.000	Lonjakan Signifikan penjualan BEV	Wuling Air ev, Hyundai Ioniq 5
2023	17.147	Pertumbuhan positif di dukung insentif	Wuling Air ev, Hyundai Ioniq 5
2024	23.045	Naik 177,32% (yoy), BEV wholesales	Wuling Binguo EV, Chery Omoda E5, BYD Seal

Sumber : Gakindo (gabungan industri kendaraan bermotor Indonesia)

Berdasarkan data pada tabel tersebut, terlihat bahwa penjualan kendaraan listrik di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat, terutama sejak tahun 2022, yang didukung oleh kebijakan insentif pemerintah serta meningkatnya minat konsumen terhadap kendaraan ramah lingkungan. Tren pertumbuhan ini semakin diperkuat dengan kehadiran berbagai merek baru pada ajang *Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2025*, sejumlah merek baru memperkenalkan puluhan kendaraan inovatif untuk

menarik perhatian konsumen. BYD (*Build Your Dreams*) unggul sebagai produsen dengan impor terbanyak ke Indonesia sepanjang tahun ini, di mana sekitar 20 ribu unit mobil produksi China berhasil disalurkan guna memenuhi permintaan yang melonjak. Menurut data Gaikindo, BYD telah mengirimkan total 20.795 unit dari China dalam tujuh bulan pertama tahun ini, sementara Toyota menempati posisi kedua dengan 18.673 unit dari berbagai negara. Keberhasilan merek seperti BYD dalam merebut posisi teratas daftar penjualan terlaris di Indonesia menandakan pergeseran preferensi konsumen menuju opsi terjangkau dan canggih, sekaligus menimbulkan ancaman nyata bagi para pemain lama (Gakindo, 2025).

Kehadiran merek – merek baru dari negara lain menjadi tantangan sekaligus kesempatan bagi perusahaan otomotif di Indonesia. Pengaruhnya terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI sangat tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu menyesuaikan diri, berinovasi, dan menghadapi persaingan pasar yang terus berkembang. Perusahaan otomotif yang mampu beradaptasi dan berinovasi akan tetap diminati konsumen, memperoleh laba yang baik, dan dipercaya investor. Kepercayaan investor ini tercermin dari kenaikan harga saham, sehingga nilai perusahaan meningkat. Sebaliknya, perusahaan yang tidak mampu bersaing akan kehilangan pasar, laba menurun, harga saham turun, dan nilai perusahaan ikut menurun.

Nilai perusahaan berperan penting dalam menentukan keputusan investor terkait apakah investasi modal yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan atau justru menimbulkan kerugian (Christine *et al.*, 2020). Setiap

perusahaan berusaha mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan harga saham di pasar. Kenaikan harga saham ini dapat diartikan sebagai peningkatan kesejahteraan bagi para pemegang saham perusahaan (Rokhayati *et al.*, 2021). Peningkatan nilai perusahaan merupakan sasaran pokok bagi entitas bisnis, sebab tingginya nilai perusahaan berpotensi menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi (Aprilawati and Ali, 2022).

Nilai perusahaan ditentukan oleh berbagai aspek internal, seperti profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memegang peranan penting dalam memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada sub sektor otomotif yang menghadapi tantangan pasar yang sangat dinamis. Profitabilitas mengindikasikan tingkat kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan, Semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan, semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban operasional serta membagikan dividen kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga menimbulkan persepsi positif di kalangan investor terhadap prospek perusahaan. Kondisi tersebut dapat mendorong peningkatan minat dan permintaan terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan (Kevin Petersen, 2019). Struktur modal adalah komposisi sumber pembiayaan perusahaan yang terbentuk dari hutang dan ekuitas. Penentuan struktur modal menjadi hal yang krusial karena komposisi utang dan ekuitas yang tepat akan memengaruhi kondisi keuangan perusahaan,

yang selanjutnya berdampak langsung terhadap nilai perusahaan. Pada kondisi tersebut, manfaat dan biaya penggunaan utang saling mengimbangi sehingga nilai perusahaan dapat mencapai tingkat yang optimal. Struktur modal yang ideal mampu membantu mengurangi biaya pendanaan sekaligus menaikkan nilai perusahaan secara menyeluruh (Wessels, 2021). Sedangkan Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, karena perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki kemudahan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang berasal dari internal maupun eksternal, guna menunjang kegiatan operasional perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kondisi di mana perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki kapitalisasi pasar, nilai buku, serta tingkat laba yang lebih tinggi. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin tinggi pula tingkat pengenalan perusahaan oleh masyarakat, sehingga informasi mengenai perusahaan lebih mudah diakses dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Alifatul Laili Fajriah, bahmad Idris, 2022). Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memegang peranan penting dalam memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada sub sektor otomotif yang menghadapi tantangan pasar yang sangat dinamis.

Penelitian yang dilakukan oleh Iriyanti *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Struktur Modal (DER), Ukuran Perusahaan (Size), dan Profitabilitas (ROA) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada Industri Otomotif yang terdaftar di BEI periode 2016 – 2020. Namun, secara parsial, hanya Ukuran Perusahaan (Size)

yang berpengaruh negatif signifikan dan Profitabilitas (ROA) yang berpengaruh positif signifikan terhadap PBV, sedangkan Struktur Modal (DER) memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Penelitian yang dilakukan oleh Sania *et al.*, (2023) dan Wiryawan and Cahyono, (2020) struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI. Sedangkan dalam penelitian Arie, (2016) struktur modal yang diukur dengan ROI berpengaruh terhadap nilai perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI. Pada penelitian Atmi *et al.*, (2024) Profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Prasetia *et al.*, (2014) Profitabilitas, Struktur modal dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan sedangkan dalam penelitian Arie, (2016) ukuran perusahaan dan profitabilitas yang diukur dengan NPM dan ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Studi – studi sebelumnya telah meneliti bagaimana nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Walaupun sudah banyak diteliti, namun penelitian ini akan tetap bermanfaat karena dapat menyajikan bukti empiris terkini tentang situasi perusahaan di subsektor otomotif yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024, sehingga berguna sebagai referensi bagi investor, manajemen, serta peneliti selanjutnya untuk menganalisis beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian kembali dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.” Penelitian ini difokuskan pada

perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021 – 2024.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka masalah yang diteliti adalah :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024?
2. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024?
3. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024?
4. Apakah Profitabilitas, Struktur modal berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan masalah diatas yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024

2. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024
3. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024
4. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur yang sudah ada sekaligus berfungsi sebagai sumber dan referensi bagi individu yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang subjek ini, menawarkan wawasan teoritis dan praktis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar evaluasi sekaligus pedoman dalam menetapkan keputusan manajerial yang lebih akurat. Temuan penelitian dapat digunakan untuk menilai kinerja, menyusun strategi yang sejalan

dengan perkembangan pasar, serta meningkatkan efektivitas dan keuntungan perusahaan.

b. Bagi Investor

Temuan studi ini juga dapat digunakan sebagai panduan ketika mengambil keputusan investasi pada perusahaan industri otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.