

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks globalisasi dan meningkatnya intensitas persaingan, sektor perbankan termasuk perbankan syariah dituntut untuk mampu mengoptimalkan nilai perusahaannya. Profitabilitas serta ukuran perusahaan merupakan dua variabel penting yang berkontribusi dalam menentukan nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh kedua variabel tersebut memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang dapat meningkatkan maupun menurunkan nilai PT Bank Syariah Indonesia (Hidayat, 2022)

Profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini sekaligus mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Selain itu, profitabilitas memberikan gambaran mengenai sejauh mana manajemen mampu menjalankan kegiatan operasional secara efisien, yang ditunjukkan melalui perbandingan antara laba yang diperoleh dengan tingkat penjualan serta investasi yang dilakukan perusahaan. Sejumlah literatur menyatakan bahwa rasio profitabilitas memiliki peranan yang sangat penting bagi para pengguna laporan keuangan, terutama investor ekuitas dan kreditur. Bagi pemegang saham, informasi laba menjadi unsur yang paling berpengaruh terhadap perubahan nilai suatu sekuritas, sehingga kegiatan pengukuran dan peramalan laba dianggap sebagai komponen yang sangat penting. Di sisi lain, bagi kreditur, laba bersama dengan arus kas dari aktivitas operasi dianggap sebagai

sumber utama untuk memenuhi kewajiban pembayaran bunga serta pelunasan pokok pinjaman (Supandi & Goenawan, 2023).

Dalam mengukur profitabilitas, *Net Profit Margin* (NPM) merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas pada hakikatnya mencerminkan hasil akhir dari berbagai kebijakan serta keputusan keuangan yang diterapkan oleh manajemen. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai, maka semakin baik pula kinerja perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Salina & Kartikasari, 2017). Ukuran perusahaan yang diproyeksikan oleh total aset dapat dijadikan indikator untuk menilai besar kecilnya nilai suatu bisnis. Ketika perusahaan berupaya meningkatkan kinerja keuangannya, nilai bisnis tersebut umumnya akan berkembang secara berkelanjutan, seiring dengan perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai bagian dari upaya menyeimbangkan kepentingan finansial (Putri & Asyik, 2015). Rasio *Price to Book Value* (PBV) dimanfaatkan untuk menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena nilai ini dianggap mampu merefleksikan kinerja perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, PBV berperan penting dalam membentuk persepsi investor mengenai kondisi serta prospek perusahaan di masa mendatang (Kadek & Kusumajaya, 2011).

Profitabilitas dan ukuran perusahaan merupakan dua variabel yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, rasio profitabilitas digunakan sebagai instrumen untuk membandingkan berbagai indikator keuangan guna menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas operasionalnya.

Menurut Zarah Puspitaningtyas & Moh. Ata Alfa Rasda, profitabilitas dapat dianalisis menggunakan berbagai rasio keuangan, antara lain *Return on Equity* (ROE), *Return on Assets* (ROA), *Operating Profit Margin* (OPM), *Gross Profit Margin* (GPM), dan *Net Profit Margin* (NPM). Rasio-rasio tersebut dikelompokkan ke dalam menjadi dua kategori utama, yaitu rasio pengembalian investasi dan rasio kinerja operasional perusahaan. Rasio pengembalian investasi digunakan untuk mengukur kemampuan aset maupun modal perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah memperhitungkan beban bunga dan pajak, yang secara umum direpresentasikan melalui *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Sementara itu, rasio kinerja operasional bertujuan mengukur margin laba yang diperoleh dari aktivitas penjualan atau operasi perusahaan, yang meliputi GPM, OPM, dan NPM (Madhoni, 2024).

Besarnya jumlah aset maupun tingkat penjualan mencerminkan skala suatu perusahaan, semakin tinggi kedua komponen tersebut, semakin besar pula ukuran perusahaan. Menurut Hery, ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aset yang dimilikinya. Semakin besar jumlah aset tersebut, semakin besar pula modal yang ditanamkan dalam perusahaan. Sementara itu, peningkatan penjualan menunjukkan tingginya perputaran dana dalam aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar umumnya lebih menarik bagi investor, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan pandangan tersebut, Ramadan menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aset yang dimilikinya (Novari & Lestari, 2016).

Ukuran perusahaan dapat diidentifikasi melalui besaran aset yang dimiliki (Randy & Juniarti, 2013). Selain itu, skala perusahaan juga tercermin dari tingkat fleksibilitasnya dalam memperoleh sumber pendanaan, sebab perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki kapasitas lebih tinggi dalam melakukan diversifikasi layanan, memperluas jangkauan nasabah, serta mengembangkan jaringan operasionalnya. Jika pada periode 2022–2025 BSI menunjukkan pertumbuhan signifikan melalui ekspansi geografis maupun pengembangan produk syariah, keadaan tersebut dapat meningkatkan ketertarikan investor dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Hidayat, 2022).

Nilai perusahaan merupakan aspek penting bagi seluruh jenis perusahaan, termasuk sektor perbankan. Industri perbankan dikenal sebagai sektor yang dinamis karena berperan dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional serta memfasilitasi hubungan perdagangan internasional. Setiap perusahaan hanya dapat berkembang apabila memanfaatkan layanan perbankan, karena kelancaran arus pembayaran dan proses penagihan sangat bergantung pada fasilitas perbankan. Selain itu, pemanfaatan layanan perbankan juga berkontribusi pada peningkatan efektivitas pengelolaan dana perusahaan (Restanti & Sos, 2021).

Nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari tingkat kepercayaan publik terhadap korporasi, yang terbentuk melalui proses panjang sejak perusahaan didirikan hingga keberadaannya pada masa kini (Nurmansyah et al., 2023). Nilai perusahaan dapat dipahami sebagai harga yang terbentuk ketika perusahaan diperdagangkan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Peningkatan

harga saham merupakan indikator naiknya nilai perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik maupun investor. Sebaliknya, harga saham yang menurun mencerminkan rendahnya nilai perusahaan dan dapat memengaruhi persepsi pemilik serta investor terhadap prospek perusahaan (Hidayati & Retnani, 2020).

Profitabilitas dapat diukur melalui *Return on Equity* (ROE), yaitu rasio yang menunjukkan tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Nilai ROE yang tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham dan menjadi salah satu indikator utama kinerja perusahaan berdasarkan perspektif akuntansi. Secara empiris, profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba akan mendorong kenaikan harga saham, sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Selain itu, ROE berfungsi sebagai parameter bagi investor untuk menilai efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Peningkatan ROE menggambarkan semakin optimalnya pemanfaatan modal sendiri dalam menghasilkan laba (Ananda, 2017).

Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan serta kondisi yang lebih stabil, termasuk dalam hal tingkat pengembalian saham bagi investor yang cenderung lebih tinggi. Keadaan tersebut umumnya memperoleh respons yang positif dari investor, sehingga dapat mendorong kenaikan harga saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Dewi, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan

juga memperkuat temuan tersebut, yaitu bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Prasetyorini, 2013).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk profitabilitas dan ukuran perusahaan. Profitabilitas menjadi faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta efektivitas manajemen dalam mengelola operasionalnya. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai, semakin besar pula potensi peningkatan nilai perusahaan (Salina & Kartikasari, 2017). Selain itu, ukuran perusahaan juga berkontribusi terhadap pembentukan nilai perusahaan, mengingat bahwa suatu entitas bisnis dapat diklasifikasikan sebagai besar, menengah, atau kecil, dan klasifikasi tersebut turut memengaruhi persepsi serta penilaian terhadap perusahaan. Perusahaan dengan skala yang besar dan menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan umumnya mencerminkan potensi laba di masa mendatang serta memiliki akses pendanaan yang lebih mudah. Keadaan tersebut memberikan sinyal positif bagi investor dan berpotensi mendorong peningkatan nilai perusahaan (Putra & Lestari, 2016).

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman mengenai determinan nilai perusahaan pada sektor perbankan syariah. Melalui analisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, manajemen PT Bank Syariah Indonesia dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait strategi yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja keuangannya. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan bagi studi-studi selanjutnya serta menjadi bahan pertimbangan bagi regulator dalam

merumuskan kebijakan yang mendukung penguatan dan pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia.

Allah berfirman dalam Q.S. At-Taubah/9:105 berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap perbuatan manusia akan memperoleh balasan yang setimpal sesuai dengan amal yang dilakukan. Dengan demikian, apabila seseorang menjalankan tanggung jawabnya secara professional dan memberikan kinerja terbaik bagi perusahaannya, maka ia akan menerima hasil yang sepadan. Konsekuensi positif tersebut juga berdampak pada peningkatan kontribusinya terhadap keberlangsungan dan kemajuan perusahaan.

Penelitian Dwi Rachmawati (2015) serta Dahlia Br. (2020) menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan yang berbeda diperoleh dari studi Eka Indriyani (2023), yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, meskipun profitabilitas tetap menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian oleh Catur Fatchu Ukhriyawati

(2020) dan Rika Malia (2021) mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Riset yang dilakukan oleh Wisnu Nananjaya, I.G.K., dan Dana, I.M. (2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, studi Esti Hapsari dan Alvien Nur Amalia (2023) memperlihatkan bahwa profitabilitas yang diproyeksikan melalui *Return on Equity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value*, sedangkan ukuran perusahaan yang diukur melalui *logaritma natural total aset* berpengaruh positif dan signifikan. Temuan dari penelitian Imam Hidayat (2022) dan Khusnul Khotimah (2022) juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan berpengaruh signifikan. Adapun penelitian Vanisa Meifari (2023) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada PT Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang, penulis terdorong untuk menelaah permasalahan tersebut lebih lanjut dan menyusunnya dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia Tahun 2022-2025”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian bertujuan untuk menemukan, menguji, serta mengembangkan suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di PT Bank Syariah Indonesia tahun 2022-2025.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana profitabilitas dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan PT Bank Syariah Indonesia pada periode 2022-2025. Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang perlu menjadi perhatian manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan serta mendukung keberlanjutan bisnis.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel disusun untuk memberikan batasan yang jelas mengenai konsep variabel yang digunakan dalam penelitian, sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran. Definisi operasional juga berfungsi sebagai pedoman dalam proses pengukuran variabel agar sesuai dengan tujuan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen, dengan uraian sebagai berikut:

1. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kondisi dan prospek suatu perusahaan yang tercermin dalam harga saham di pasar. Nilai perusahaan menunjukkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan serta menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham (Mintarti & Asmapane, 2021).

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. PBV dipilih karena mampu menggambarkan

sejauh mana pasar menghargai nilai buku perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor.

2. Profitabilitas (X_1)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas mencerminkan tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk memperoleh keuntungan (Fahmi I, 2013).

Pada penelitian ini, profitabilitas diproyeksikan menggunakan Net Profit Margin (NPM), yaitu rasio antara laba bersih dengan total pendapatan. NPM menunjukkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan dari setiap satuan pendapatan yang dihasilkan. Semakin tinggi nilai NPM, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

3. Ukuran Perusahaan (X_2)

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat mencerminkan kapasitas operasional, stabilitas keuangan, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi risiko bisnis. Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya memiliki aset yang lebih banyak dan akses pendanaan yang lebih luas (Hartono J, 2022).

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset yang dimiliki oleh PT Bank Syariah Indonesia. Total aset digunakan karena mampu mencerminkan keseluruhan sumber daya ekonomi yang dikuasai perusahaan dan sering digunakan sebagai indikator skala perusahaan dalam penelitian keuangan.

F. Sistematika Penulisan

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab II sebagai landasan teori tentang profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Bab ini memaparkan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian pengungkapan lingkungan. Bab ini ditinjau dari penelitian terdahulu yang relevan dan bab ini diuraikan kerangka pemikiran teoritis beserta hipotesis penelitian.

Bab III merupakan metode penelitian. Bab ini memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan periode dan cakupan data, data dan sumber data, variabel dan teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan. Bab ini memaparkan deskriptif obyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan

Bab V Penutup. Bab ini memaparkan tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian berikutnya.