

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pentingnya pertumbuhan bagi perusahaan ditujukan untuk menciptakan kondisi bisnis yang mengarah kepada kesejahteraan ekonomi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus beroperasi agar tetap stabil dan tumbuh. Untuk dapat tumbuh dengan optimal, perusahaan membutuhkan modal yang cukup agar dapat melakukan ekspansi dan pengembangan dengan baik. Salah satu sumber modal yang dapat diperoleh perusahaan adalah dari investor. Investor dapat mendorong perkembangan perusahaan melalui suntikan modal yang signifikan, yang tentunya akan sangat membantu dalam proses ekspansi perusahaan.

Ketika melakukan investasi pada perusahaan yang dipilih, investor akan melakukan pembayaran sesuai dengan nilai perusahaan yang ditetapkan oleh pasar (Lauda et al., 2021). Nilai perusahaan merupakan salah satu pengukuran yang populer untuk mengevaluasi kinerja bisnis. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi alat yang berguna bagi perusahaan untuk membangun reputasi dan menarik investor di pasar modal. Hal ini mengakibatkan peningkatan signifikan pada perhatian manajer dan regulator terhadap nilai perusahaan. Bertujuan untuk mendukung perusahaan dalam mencari solusi yang berguna yang meningkatkan nilai perusahaan, banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah diperhitungkan dalam studi empiris (Dang et al., 2023). Nilai ini sangat penting untuk diperhatikan karena menjadi salah satu tujuan utama bagi pemilik

perusahaan, karena perusahaan dengan nilai yang tinggi akan sejalan dengan tingkat kekayaan para pemegang saham.

Nilai perusahaan juga mampu mencerminkan baik atau tidaknya kinerja suatu perusahaan (Evelyne et al., 2024). Dimana hal ini akan mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan kinerja suatu perusahaan dalam memperoleh laba dan meningkatkan kekayaan para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada kondisi perusahaan di masa mendatang. Maka dari itu, investor akan melihat berbagai faktor agar dapat memberi nilai yang tinggi pada perusahaan. Salah satu faktor yang dilihat oleh investor adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan penjualan (Chen et al., 2020), bagaimanapun juga pendapatan perusahaan sepenuhnya diperoleh dari kemampuan perusahaan dalam menjual produknya.

*Selling capability* atau kemampuan penjualan didefinisikan sebagai kapasitas perusahaan untuk mengkonfigurasi dan menggunakan sumber daya perusahaan yang terbatas, pengetahuan tenaga penjualan, keterampilan penjualan, dan sistem kontrol (Rahman et al., 2023). Portofolio kapabilitas suatu organisasi dipandang sebagai katalisator untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Akibatnya, perusahaan mengumpulkan dan menggunakan sumber daya untuk mengembangkan dan memperkuat berbagai kapabilitas pencipta nilai, termasuk kapabilitas penjualan. Faktanya, rata-rata, perusahaan mengeluarkan 10–40% dari pendapatan mereka untuk mengembangkan sistem penjualan yang efisien (Rahman et al., 2023).

Perusahaan yang memiliki kapabilitas atau kemampuan yang baik dalam melakukan penjualan akan menyiratkan pengetahuan yang sangat baik tentang pasar dan promosi ide-ide baru (Jardon & Martinez-Cobas, 2022). Pertukaran pengetahuan yang dikombinasikan dengan ide-ide baru meningkatkan kemungkinan mengembangkan produk dan layanan baru, sehingga meningkatkan daya saing. Selain itu, kemampuan pemasaran memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan permintaan pelanggan dan memenuhi tekanan kompetitif. Perusahaan dengan kemampuan penjualan yang tinggi kemungkinan besar akan mampu memiliki pertumbuhan penjualan yang cukup baik karena perusahaan yang dapat berkonsentrasi pada penjualan secara alami akan mampu bersaing saat menjual barangnya kepada pelanggan (Annunen et al., 2021).

Nilai yang dirasakan suatu organisasi di mata investor akan meningkat seiring dengan pendapatan penjualannya (Pramesti et al., 2021). Hal ini dimungkinkan karena peningkatan penjualan akan memotivasi bisnis untuk memperluas operasinya secara teratur dan berkala, serta meningkatkan nilai saham dan asetnya (Artha, 2023). Ketika ini terjadi, nilai pasar dan nilai buku perusahaan akan otomatis turun, mendorong investor untuk membeli saham dan meningkatkan nilai perusahaan selanjutnya. Akibatnya, investor percaya bahwa keterampilan penjualan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. (2023) menunjukkan bahwa *selling capability* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, berikut merupakan rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah *selling capability* memiliki dampak positif terhadap *firm value*?
2. Apakah *relative strategic emphasis* mampu memoderasi pengaruh dari *selling capability* terhadap *firm value*?
3. Apakah *market volatility* mampu memoderasi efek gabungan dari *relative strategic emphasis* dan *selling capability* terhadap *firm value*?
4. Apakah *technology volatility* mampu memoderasi efek gabungan dari *relative strategic emphasis* dan *selling capability* terhadap *firm value*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dalam penelitian ini :

1. Untuk mengetahui apakah *selling capability* memiliki dampak positif terhadap *firm value*.
2. Untuk mengetahui apakah *relative strategic emphasis* mampu memoderasi pengaruh dari *selling capability* terhadap *firm value*.
3. Untuk mengetahui apakah *market volatility* mampu memoderasi efek gabungan dari *relative strategic emphasis* dan *selling capability* terhadap *firm value*.
4. Untuk mengetahui apakah *technology volatility* mampu memoderasi efek gabungan dari *relative strategic emphasis* dan *selling capability* terhadap *firm value*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis terkait pengaruh dari *selling capability* terhadap *firm value*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi investor dalam mempertimbangkan kemampuan penjualan perusahaan saat membeli saham.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, kesenjangan penelitian tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini membahas fenomena permasalahan yang menjadi perhatian sehingga ditemukan alasan untuk ditindaklanjuti melalui penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu inflasi dan penjelasan kaitan antar variabel dalam penelitian ini. Teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini diambil dari berbagai macam buku, literatur, dan penelitian sebelumnya yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, unit analisis, tipe penelitian, operasionalisasi variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis

data. Bab ini membahas bagaimana penelitian ini akan dilakukan mulai dari pengumpulan data hingga cara mengolah data kedepannya.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang jawaban atas pernyataan di dalam rumusan masalah dengan menggunakan metode penelitian yang telah dibahas di bab 3. Bab ini menjelaskan temuan dalam penelitian dalam bentuk deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyampaikan kesimpulan dan saran serta rekomendasi yang diharapkan dapat berguna dan berkontribusi dalam pemecahan masalah pada penelitian ini serta sebagai bahan masukan bagi penelitian selanjutnya

