

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan sebuah bisnis yang ketat di era globalisasi pada kurun waktu ini tidak bisa terlepas dari adanya pengaruh perkembangan lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan kemajuan teknologi. Perusahaan diharapkan mampu mengelola fungsi-fungsi manajemen yang dimiliki dengan baik sehingga mampu menyesuaikan diri dan mampu membaca situasi yang terjadi. Apalagi saat ini ekonomi dunia sedang terpuruk akibat adanya pandemi Covid-19 yang tentunya membuat beberapa eksistensi di beberapa perusahaan menurun hingga mengalami kebangkrutan. Beberapa perusahaan di Indonesia masih ada yang mampu bertahan dan bersaing untuk tetap menunjukkan eksistensinya. Tentunya perusahaan-perusahaan tersebut tidak mudah untuk bertahan, mereka harus memiliki kinerja perusahaan yang baik untuk tetap bertahan dan tetap berhasil menarik minat para investor. Perusahaan dapat menunjukkan kinerjanya melalui nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman semakin pesat diberbagai daerah di Indonesia dan perusahaan ini juga masih mampu bertahan disituasi pandemi saat ini. Berbagai macam bisnis yang dapat dijadikan investasi dalam bentuk saham salah satunya adalah bisnis bidang makanan dan minuman. Selain itu sektor makanan dan minuman dipilih sebagai alat analisis karena memegang peranan penting dalam memenuhi

kebutuhan konsumen karena sektor makanan dan minuman bergerak dalam bidang konsumsi. Meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia memberikan dampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan dan minuman. Karakteristik masyarakat yang gemar berbelanja makanan, dapat membantu dalam mempertahankan sektor dengan baik. Ini mengakibatkan investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada sektor makanan dan minuman karena prospek yang cukup bagus dan cenderung diminati oleh investor.

Perusahaan manufaktur makanan dan minuman saat ini menjadi salah satu dari tujuh perusahaan yang difokuskan pemerintah untuk melakukan pemulihan ekonomi nasional dari dampak pandemi Covid-19. Dilansir dari Tempo.co (2021) dalam beritanya yang berjudul “Pemulihan Ekonomi Nasional, Kemenperin Tingkatkan Daya Saing Industri” menyatakan bukti sektor industri berperan penting terhadap jalannya roda perekonomian diantaranya adalah konsistensi sumbangsuhnya yang terbesar pada produk domestik bruto nasional. Pada tahun 2020, kontribusi sektor industri pengolahan mencapai 17,89 persen. Selain itu, kinerja gemilang sektor industri tercermin pada capaian nilai ekspor dan investasi. Pada tahun 2020, ekspor sektor industri mencapai 131,13 miliar dolar AS atau berkontribusi sebesar 80,30 persen dari total ekspor nasional. Sedangkan, nilai investasi sektor industri pada tahun 2020 sebesar Rp 272,9 triliun, meningkat dibanding 2019 yang mencapai Rp 216 triliun. Dirjen KPAII menyatakan, upaya mendongkrak daya saing industri nasional, juga dilakukan melalui penerapan peta jalan Making Indonesia. Program ini untuk memprioritaskan

pengembangan terhadap tujuh sektor industri dalam mengimplementasikan teknologi digital pada proses produksinya agar lebih efisien dan kompetitif. Ketujuh sektor prioritas itu adalah industri makanan dan minuman, kimia, tekstil dan pakaian, otomotif, elektronik, farmasi, serta alat kesehatan. Sektor tersebut mampu memberikan lebih dari 60 persen pada PDB nasional, sehingga diharapkan target besarnya Indonesia menjadi negara 10 besar ekonomi terkuat di dunia pada tahun 2030.

Industri makanan dan minuman memang diproyeksikan masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun 2021. Dikutip dari Warta Ekonomi.co.id (2021) Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Abdul Rochim mengatakan, tentu hal ini dikarenakan adanya peran dari sektor ini yang terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas. Sepanjang triwulan III tahun 2020 saja, industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar pada produk domestik bruto nasional dengan mencapai 7,02%. Industri makanan dan minuman juga memberikan nilai ekspor tertinggi dalam kelompok manufaktur yang menembus hingga US\$ 27,59 miliar pada Januari-November 2020. Di samping itu, industri makanan menggelontorkan investasi secara signifikan sebesar Rp40,53 triliun pada Januari-September 2020. Sektor strategis ini diperkirakan dapat tumbuh positif pada tahun 2021, mengingat produk makanan dan minuman sangat dibutuhkan masyarakat.

Pandemi yang telah berlangsung hampir satu tahun ini juga telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Dilansir dalam Sindonews.com (2021) dalam judul beritanya “Pandemi Ubah Pola Konsumsi, Industri Mamin Perlu Berinovasi” Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Abdul Rochim mengemukakan bahwa konsumen yang terbiasa pergi berbelanja ke pasar, saat ini mengubah cara untuk mendapat kebutuhannya dengan lebih banyak memanfaatkan jasa pengiriman daring. Sedangkan masyarakat yang terbiasa mengonsumsi makanan di restoran, lebih memilih untuk membungkus makanan atau memesan makanannya secara online. Adanya perubahan pada pola konsumsi tersebut, juga menuntut sektor industri makanan dan minuman untuk lebih aktif dalam pengembangan inovasi sehingga memudahkan masyarakat bisa mengonsumsi dengan memperhatikan protokol kesehatan serta menjaga kebersihan dan rasa makanan. Perusahaan makanan dan minuman tentunya perlu mengembangkan produk dengan teknologi, seperti produk-produk jadi yang siap untuk diproses di rumah dengan *microwave*, *oven*, atau lainnya. Selain itu, diversifikasi juga dapat dilakukan dengan memperkenalkan *functional food* yang menysasar kesehatan, meningkatkan daya tahan tubuh, dan meningkatkan asupan gizi. Dengan adanya tantangan untuk meningkatkan teknologi dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen saat ini, tentunya perusahaan harus bekerja keras untuk mendapatkan modal demi tercapainya hal tersebut. Tentunya perusahaan harus meningkatkan kinerja agar nilai perusahaan terus meningkat untuk menarik investor melakukan penanaman

modal. Para investor akan tertarik untuk berinvestasi ketika nilai perusahaan tinggi dan hal ini akan berdampak pada tingginya harga saham perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2012:6) dalam Rahman (2015). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tentang keadaan perusahaan saat ini ataupun prospek perusahaan di masa depan (Wijaya dan Sedana, 2015). Salah satu indikator nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya saham yang diterbitkan oleh perusahaan di pasar modal. Harga saham suatu perusahaan yang semakin tinggi akan menyebabkan tingginya nilai perusahaan yang tentunya akan berdampak pada semakin besarnya kemakmuran pemilik perusahaan.

Price to book value adalah salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. *Price to book value* merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Tingkat kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham juga dapat dilihat dari tingginya *price to book value* yang dimiliki perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan dapat berupa rasio-rasio yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan seperti *leverage*, likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional serta ukuran perusahaan. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu faktor-faktor dari

luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan itu sendiri, seperti nilai kurs, inflasi, dan pertumbuhan pasar (Sukarya dan Baskara, 2019).

Salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Rasio ini merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan, dan pada saatnya nanti harus dikembalikan. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya, (Surmadewi dan Saputra, 2019). Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapat respon positif oleh pihak luar. Jadi hutang merupakan tanda atau sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Hendriani, 2019). *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan. Beberapa hasil

yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016), Jayaningrat (2017), Surmadewi dan Saputra (2019), serta Dewi dan Abundati (2019), yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Mahendra dkk. (2019), serta Sukarya dan Baskara (2019), yang memperoleh hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastika dan Ayu (2012) mendapatkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah likuiditas yang dapat diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek (aktiva lancar) yang tersedia untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tersebut (Horne, 2012:205) dalam Heriyanto (2019). Menurut (Hanafi, 2012:75), mengemukakan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utangnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). Tingkat likuiditas perusahaan dapat diukur dengan posisi modal kerja perusahaan yang berjalan dari laba yang didapatkan dalam periode tertentu dimana modal tersebut dapat menunjukkan tingkat keamanan kewajiban jangka pendek. Kewajiban jangka pendek perusahaan sering kali dipenuhi dengan menggunakan aset lancar seperti kas, piutang, surat berharga, ataupun persediaan. Perusahaan

yang memiliki aset lancar yang besar akan lebih mudah untuk melakukan pendanaan terhadap kegiatan operasionalnya jika pendanaan tambahan diperlukan.

Risiko likuiditas pada umumnya berasal dari dana pihak ketiga, aset-aset dan kewajiban kepada *counter-parties*. Komponen *off-balance sheet* yang paling signifikan dalam likuiditas perusahaan dan pemenuhan pendanaannya. Oleh karena itu, perusahaan mengelola risiko likuiditas agar dapat memenuhi setiap kewajiban finansial yang sudah disepakati dengan tepat waktu, dan dapat memelihara tingkat likuiditas yang memadai dan optimal. Jayaningrat dkk. (2017) serta Sukarya dan Baskara (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal berbeda diungkapkan oleh Manurung dan Herijawati (2016) serta Surmadewi dan Saputra (2019) yang mengungkapkan bahwa likuiditas tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain likuiditas, laba juga merupakan hal penting pada nilai perusahaan. Salah satu rasio yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui laba adalah profitabilitas yang merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya (Sutrisno, 2012:16) dalam Dasuha (2016). Menurut Ramdhaningsih dan Utama (2013) pada penelitiannya menyatakan bahwa rasio rentabilitas atau yang lebih sering disebut profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun

modal sendiri. Rasio profitabilitas ini akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas.

Menurut Kusuma, dkk. (2012) dalam penelitian Thaib dan Dewantoro, (2017) profitabilitas (*profitability*) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengertian lain juga menyebutkan bahwa profitabilitas (*profitability*) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Adapun penelitian sebelumnya menurut Nurmayasari & Andi (2012) serta Prastika dan Ayu (2012) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengaruh tersebut disebabkan terjadinya sentimen positif para investor, sehingga mengakibatkan harga saham naik dan membuat nilai perusahaan meningkat (Kusuma, dkk. 2012) dalam penelitian

Thaib dan Dewantoro, 2017, namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Herawati (2012) dalam penelitian Setiadewi dan Purbawangsa (2015) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Pujiati dan Widanar (2009) dalam penelitian Roos dan Manalu (2019), faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan dari manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham dalam perusahaan (Sartono, 2010:487) dalam penelitian Sintyawati dan Dewi (2018). Kepemilikan manajerial adalah pemegang saham dari pihak manajemen secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direksi dan komisaris) (Wahidahwati, 2002) dalam penelitian Aluy, dkk. (2017). Manajer yang mempunyai kepemilikan saham perusahaan bukan hanya berperan sebagai pengelola perusahaan, tetapi juga berperan sebagai pengawas kegiatan operasi perusahaan tersebut. Dengan adanya kepemilikan oleh manajer, maka manajer tersebut akan berhati-hati dalam mengambil keputusan, disebabkan karena setiap keputusan akan berdampak pada kesejahteraan dirinya sendiri sebagai pemegang saham perusahaan (Mutiya, 2012) dalam penelitian Welim, Freshilia (2014). Kesulitan keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan dirinya baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham. Terkadang manajer dalam menjalankan operasi perusahaan seringkali bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, melainkan justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri. Kondisi tersebut akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajerial.

Kepemilikan manajerial dalam perusahaan dipandang dapat menyelaraskan perbedaan kepentingan antara institusional dan manajerial, sehingga kecendrungan terjadinya perilaku *opportunistic* akan berkurang (Mutiya, 2012) dalam penelitian Welim, Freshilia (2014). Hasil penelitian yang mendukung pernyataan tersebut dilakukan oleh Jayaningrat dkk. (2017), yang menemukan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Sofyaningsih & Hardiningsih (2011) yang membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Sukirni (2012) dan Anita (2016) menunjukkan hasil berbeda bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional merupakan persentase saham yang dimiliki oleh institusi (Pasaribu, dkk. 2016:156) dalam penelitian Larasati dan Santoso (2018). Kepemilikan Institusional adalah besarnya jumlah kepemilikan saham oleh institusi (pemerintah, perusahaan asing, lembaga keuangan seperti asuransi, bank, dan dana pensiun) yang terdapat pada perusahaan (Suta, dkk. 2016). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal.

Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal.

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic manager*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukirni (2012) dan Jayaningrat dkk. (2017), menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2014) menunjukkan hasil yang berbeda, dimana hasil penelitiannya menunjukkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya adalah ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total aset perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total *asset*, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham, 2010:4) dalam penelitian Dinda, (2019). Menurut Ambarwati dkk. (2015) semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar probabilitas untuk melakukan peningkatan laba. Hal tersebut didukung oleh beberapa peneliti seperti Hidayah (2015), Pratama & Wiksuana (2016), Wahyudi dkk. (2016), serta Yanti & Daryamanti (2019) yang menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Israel, dkk. 2018 menunjukkan hasil yang berbeda, dimana hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah beberapa kali dilakukan. Variabel independen yang dipergunakan beragam akan tetapi dari hasil

peneliti variabel *leverage*, likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, serta ukuran perusahaan masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas, Kepemilikan Manejerial dan Kepemilikan Institusional Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020”.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
- 4) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

- 5) Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
- 6) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan permasalahan yang dikemukakan adalah :

- 1) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.
- 2) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.
- 3) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.
- 4) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.

- 5) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.
- 6) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai pengaruh *leverage*, likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman sehingga dapat dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan memberikan bukti empiris ada tidaknya pengaruh *leverage*, likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional ukuran perusahaan terutama dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Menurut Brigham (2011:184) dalam penelitian Israel, dkk. (2018) sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor).

Martono dkk. dalam Juliana & Saerang (2015) menyebutkan bahwa *Signaling theory* adalah teori yang melihat pada tanda-tanda tentang kondisi yang menggambarkan suatu perusahaan. *Signaling theory* berakar dari teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal adalah pengumuman yang dilakukan oleh suatu emiten. Pengumuman ini nantinya dapat mempengaruhi naik

turunnya harga sekuritas perusahaan emiten yang melakukan pengumuman (Suwardjono, 2005:44) dalam Sukirni (2012).

Jogiyanto (2013) dalam Chorilayah dkk. (2016), menyatakan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham.

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik akan bisa menjadi sinyal positif sedangkan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif terhadap investor. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik investor dalam Biba (2020). Jika pasar lebih banyak mendapatkan sinyal positif, maka semakin banyak pula investor yang akan berkeinginan untuk menginvestasikan dananya terhadap sebuah perusahaan. Maka dari itu, mengapa perusahaan perlu memberikan sinyal-sinyal positif kepada pasar.

2.1.2 *Leverage*

Menurut Horne (1997) dalam Purwati (2020), *leverage* adalah perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Rasio ini menunjukkan besarnya nilai aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai dengan utang. Semakin tinggi nilai *leverage* maka risiko yang akan dihadapi investor akan semakin tinggi. *Leverage* merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan, dan pada saatnya nanti harus dikembalikan. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Penggunaan hutang tersebut sebenarnya bisa memberikan respon negatif oleh pihak luar.

Leverage merupakan salah satu bagian dalam pendanaan perusahaan yang berbentuk utang yang digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek perusahaan. *Leverage* suatu perusahaan yang semakin tinggi dapat menyebabkan semakin besar risiko kerugian yang ditanggung perusahaan yang dimana hal ini akan memberikan sinyal negatif terhadap pasar. *Leverage* diukur menggunakan satuan presentase dengan membandingkan antara total utang dengan total ekuitas.

2.1.3 **Likuiditas**

Likuiditas dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk dapat membayar hutang-hutangnya yang telah jatuh tempo (Kasmir, 2015:128). Menurut Hanafi (2012:75), mengemukakan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka

pendek dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utangnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan).

Likuiditas juga merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk membayar tagihannya secara tepat waktu ketika tanggal pembayaran sudah tiba waktunya. Apabila rasio likuiditas meningkat, maka ini berarti bahwa perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen perusahaan untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio likuiditas, maka semakin baik reputasi perusahaan, dan akan membuat harga saham meningkat sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan saham.

2.1.4 Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, dan tentunya investor (Kasmir, 2015:196). Dalam penelitian Yanti & Darmayanti (2019) dijelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan

tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya.

Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Assets*). ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi dalam Yanti & Darmayanti (2019).

2.1.5 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham dalam perusahaan (Sartono, 2010:487) dalam penelitian Sintyawati dan Dewi (2018). Christiawan (2007) dalam penelitian Rahayu & Yasa (2018) menyatakan kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, yaitu sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, dirinya tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan

keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan dirinya baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham.

Terkadang manajer dalam menjalankan operasi perusahaan seringkali bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, melainkan justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri. Secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Adanya kepemilikan manajerial dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Manajer yang sekaligus pemegang saham tentunya akan menyelaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham dalam penelitian Dina & Musnadi (2020).

2.1.6 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Sumanto & Kiswanto, 2014).

Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer.

2.1.7 Ukuran Perusahaan



Ukuran perusahaan merupakan representasi besar kecil perusahaan dilihat dari rasio nominalnya seperti total aset dan keseluruhan penjualan perusahaan dalam satu rentang waktu penjualan ataupun kapitalitas pasar. Pengklasifikasian perusahaan berdasarkan skala operasinya bisa digunakan para penanam modal sebagai variabel penentu keputusan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011).

Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*bargaining power*) dalam kontrak keuangan. Dan

ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Sugiono & Christiawan, 2013).

2.1.8 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menimbulkan semangat pemegang saham untuk meningkatkan kekayaan, dengan begitu permintaan terhadap saham akan meningkat (Janah, 2019). Harga saham yang lebih tinggi akan membuat nilai saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham dalam penelitian Mahendra (2011). Dalam penelitian Astuti (2013) mengatakan bahwa bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*) indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang dijual-belikan di bursa efek. Pendapat ini didasarkan atas pemikiran bahwa peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, dan peningkatan harga saham identik dengan peningkatan nilai perusahaan. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham.

Dalam penelitian Retno & Priantina (2012), menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tumbuh dari harga pasar sahamnya.

Sedangkan dalam penelitian Febriani & Dwi (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Semakin tinggi harga saham berarti semakin bertambah kemakmuran pemegang saham. Konsep menambah nilai pemegang saham memerlukan interpretasi baru mengenai strategi manajemen dan rantai nilai, peran strategi berjalan diatas kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mencapai keunggulan kompetitif, dan bertujuan untuk menambah nilai bagi pemegang saham.

Optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Faridah & Kurnia, 2016). Keputusan keuangan sendiri mencakup keputusan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan dividen. Kombinasi ketiganya akan memaksimalkan nilai perusahaan dan memakmurkan *stakeholders*.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Analisa (2011) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008). Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sukirni (2012) meneliti tentang kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kebijakan deviden dan kebijakan hutang analisis terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi berganda dan defkriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan deviden dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Moniaga (2013) meneliti tentang struktur modal, profitabilitas dan struktur biaya terhadap nilai perusahaan industri keramik, porcelen dan kaca periode 2007 – 2011. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan struktur biaya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sari & Abundati (2014) meneliti tentang pengaruh pertumbuhan perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan perusahaan (*growth*) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA), pertumbuhan perusahaan (*growth*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), *leverage* (DAR) berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas (ROA), *leverage* (DAR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV), dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Rahma (2014) meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan terhadap keputusan

pendanaan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hidayah (2015) meneliti tentang pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif nilai perusahaan.

Sumanti dan Mangantar (2015) meneliti tentang analisis kepemilikan manajerial, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap kebijakan deviden dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap kebijakan deviden, sedangkan kebijakan hutang dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap kebijakan deviden. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial, kebijakan hutang dan kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Isti'adah (2015) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kualitas laba, komite audit berpengaruh terhadap kualitas laba, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kualitas laba bukan variabel intervening antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, kualitas laba bukan variabel intervening antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, kualitas laba bukan variabel intervening antara komite audit terhadap nilai perusahaan.

Wahyudi dkk. (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan deviden, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2010 - 2014. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda atau multiple regression untuk menguji Ukuran Perusahaan, pengaruh ROA, DPR, PER terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *firm size* atau ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan deviden, dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Anita & Yulianto (2016) meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajerial dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis linier berganda. Hasil

penelitian menunjukkan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap perusahaan.

Pratama & Wiksuana (2016), meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Novari & Lestari (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate*. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Putra & Lestari (2016) meneliti tentang pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan

ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Jayaningrat, dkk. (2017) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, likuiditas, kebijakan deviden, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas, likuiditas, kebijakan deviden, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Oktrima (2017) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (studi empiris: Pt. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015). Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tambalean, dkk. (2018) meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yanda (2018) meneliti tentang pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel struktur modal dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ramadhani, dkk. (2018) meneliti tentang pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel *intervening* (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

Yanti & Darmayanti (2019), meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.

Surmadewi dan Saputra (2019), meneliti tentang pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sukarya dan Baskara (2019) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan sub sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan model regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Purba dan Effendi (2019) meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Widayanti dan Yadnya (2020) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan *real estate dan property*. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011), Sukirni (2012), Moniaga (2013), Sari & Abundati (2014), Rahma (2014), Hidayah (2015), Sumanti dan Mangantar (2015), Isti'adah (2015), Wahyudi dkk. (2016), Anita & Yulianto (2016), Pratama & Wiksuana (2016), Novari & Lestari (2016), Putra & Lestari (2016), Jayaningrat, dkk. (2017), Oktrima (2017), Tambalean, dkk. (2018), Yanda (2018), Yanti & Darmayanti (2019), Surmadewi dan Saputra (2019), Sukarya dan Baskara (2019), Purba dan Effendi (2019), dan Widayanti dan Yadnya (2020) yaitu sama-sama melakukan penelitian terhadap variable independen *leverage*, likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada lokasi penelitiannya, dimana dalam penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.