

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di dalam dunia bisnis saat ini yang membuat perusahaan harus berusaha untuk dapat mencapai tujuan utama perusahaannya. Tujuan utama dari setiap perusahaan pada umumnya adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan maupun tujuan jangka pendeknya misalkan memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki dan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai.

Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimumkan kemakmuran pemegang saham. Peningkatan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin sejahtera para pemegang saham. Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham (Aprilia, 2019). Nilai perusahaan adalah harga yang dibayarkan oleh investor ataupun calon investor melalui kepemilikan saham serta pergerakan harga sahamnya. Peningkatan maupun penurunan harga saham berpengaruh signifikan bagi nilai sebuah perusahaan, meskipun bukan merupakan satusatunya penentu.

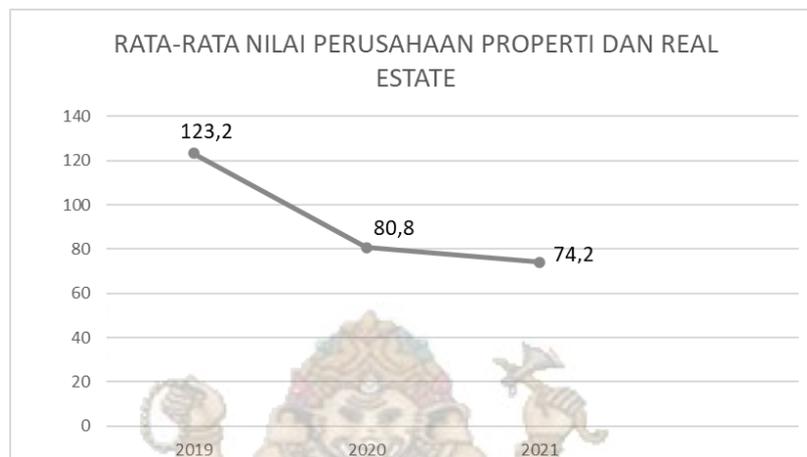
Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan tersebut. Ini akan mengundang para investor untuk melakukan investasi dalam perusahaan tersebut. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen asset (Kartika, 2019).

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan terjadi pada perusahaan properti dan *real estate* yaitu berdasarkan berita yang terdapat di *google news* desember 2020. Dalam setahun Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) bergerak cukup *volatile* didorong oleh kondisi pandemi *Covid-19* yang terjadi sejak awal tahun. Pada penghujung tahun ini, IHSG ditutup negatif dengan penurunan 0,95 persen pada level 5.979,07. Secara *Year to Date*, IHSG mengalami pelemahan 5,09 persen, di mana sektor properti merupakan penyumbang pelemahan IHSG paling besar sepanjang tahun 2020. Beberapa emiten properti yang secara tahunan harga sahamnya mengalami penurunan antara lain, Summarecon Agung (SMRA) yang turun 19,9 persen dengan harga penutupan hari ini Rp 188 per saham. Pakuwon Jati (PWON) juga terkoreksi 10,53 persen di level Rp 510, dan Lippo Karawaci (LPKR) juga merosot 11,5 persen, yakni Rp 214. Sementara itu, sektor properti yang harga sahamnya cukup baik antara lain Alam Sutra Reality (ASRI) secara tahunan naik 1,6

persen dengan harga per saham Rp 242. Demikian juga Agung Podomoro (APLN) yang naik 6,21 persen atau Rp 118 per saham (Kompas, 2020).

Gambar 1.1

Data Perkembangan Nilai Perusahaan Perusahaan Properti dan Real Estate tahun 2021 di BEI



Sumber: www.idx.co.id (data diolah penulis)

Tabel 1.1 menunjukkan data nilai rata-rata dari fenomena nilai perusahaan atau *firm value*. Pada tahun 2019 rata-rata *firm value* perusahaan properti dan *real estate* menunjukkan nilai sebesar 123,2 dan menjadi rata-rata nilai perusahaan tertinggi pada periode 2019-2021. Kemudian pada tahun 2020 nilai perusahaan mengalami penurunan dengan rata-rata sebesar 80,8. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan pendapatan dari penjualan saham dalam kegiatan investasi perusahaan dengan penurunan rasio sebesar 34,0%, kemudian di tahun 2021 rata-rata nilai perusahaan kembali mengalami penurunan yang signifikan dengan menunjukkan nilai sebesar 74,2 dan rasio penurunan sebesar 8,0%. Hal menandakan rata-rata nilai perusahaan pada tahun 2021 menjadi nilai terendah di periode 2019-2021.

Berdasarkan fenomena penurunan harga saham pada perusahaan sub sektor properti dan *real estate* yang telah listing di bursa efek pada periode

pengamatan tertentu perlu menjadi perhatian khusus. Karena dengan adanya penurunan harga saham perusahaan, dapat merubah citra atau pandangan terhadap nilai perusahaan tersebut. Yang akan berdampak pula pada minat para investor terhadap perusahaan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas. Faktor *leverage* digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat ketergantungan perusahaan pada kreditur dalam membiayai aktivitas perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, maka perusahaan tersebut memiliki tingkat ketergantungan yang besar terhadap pihak kreditur untuk membiayai aktivitasnya. Peran dari *leverage* sangat penting bagi mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang lebih tinggi sehingga akan berhubungan positif dengan kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik perusahaan, dan dengan semakin sejahteranya para pemegang saham maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat (Nugraha, 2020). *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang rendah pula.

Tujuan perusahaan menggunakan hutang jangka panjang adalah agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian juga akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. 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 (Amelia, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2019), Suwardika (2017) dan Yanti (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Murni (2020) memperoleh hal yang sebaliknya dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan dan Dewantari (2019), Bagaskara (2021) dan Farizki (2021) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif (Suwardika, 2017).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat

menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya (Murni, 2020). Ukuran Perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar akan lebih memiliki kepercayaan dari investor dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil, karena perusahaan yang besar dianggap memiliki kondisi keuangan yang stabil. Hal tersebut akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh modal.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencakup besar kecilnya sebuah perusahaan yang diperlihatkan oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan total aset rata-rata (Dewi dan Badjra, 2017). Perusahaan besar secara umum akan mengungkapkan informasi yang lebih luas karena perusahaan besar memiliki banyak investor. Tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal dapat ditentukan daribesar kecilnya ukuran perusahaan (Setiawati dan Lim, 2018). Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2019), Yanti (2019), Dewantari (2019), Bagaskara (2021) dan Farizki (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Suwardika (2017) dan Murni (2020) menyatakan hal yang sebaliknya dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

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 (Darmayanti, 2019).

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas sebagai alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Aprilia, 2019). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan berlomba-lomba membeli saham perusahaan karena investor menilai nampaknya manajemen perusahaan telah berhasil mengelola aset dan modal yang dimiliki hingga

memperoleh keuntungan yang maksimal. Sehingga profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Jayanti, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2019), Suwardika (2017), Yanti (2019) dan Dewantari (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Murni (2020), Bagaskara (2021) dan Farizki (2021) menyatakan hal yang sebaliknya dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan suatu gambaran tentang adanya pengaruh berbeda-beda yang ditimbulkan oleh *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian ini untuk menganalisis *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI, juga menguji kembali pengaruh variabel tersebut terhadap nilai perusahaan yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu dengan dukungan teori sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Properti dan *Real Estae* Di PT Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah pengaruh *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?

- 2) Apakah pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?
- 3) Apakah pengaruh profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan pokok permasalahan diatas adalah :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh signifikan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021
- 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021
- 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* PT Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, bahan acuan pertimbangan, perbandingan dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya dan menambah sumber

pustaka yang telah ada, khususnya bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas terhadap dan nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate*.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada perusahaan sehingga dapat jadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, meningkatkan nilai perusahaan, sebagai bahan mengevaluasi dan meningkatkan kinerja manajemen dalam bidang keuangan kedepannya agar lebih efektif dan efisien.

b) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam bidang keuangan khususnya tentang pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas terhadap dan nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Teori Signal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh (Spence, 1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut (Brigham & Houston 2011), teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi.

Signaling Theory merupakan teori yang berkaitan dengan pandangan investor dalam mengkaji dan menganalisis prospek atau kinerja suatu perusahaan yang akan dipilih guna menanamkan dananya. Teori ini menyimpulkan bahwa investor akan membedakan perusahaan-perusahaan mana saja yang kemungkinan memiliki nilai yang tinggi dan nilai yang rendah (Himawan, 2020). Teori ini menggambarkan bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan signal kepada pengguna laporan keuangan mengenai tindakan manajer merealisasikan keinginan pemilik. *Signaling theory* menjelaskan mengapa suatu perusahaan mempunyai dorongan untuk

memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara pihak perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara mengurangi informasi asimetri dan salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri dengan memberikan sinyal pada pihak luar (Rasyid, 2018).

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi signal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi signal negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

2.1.2 Leverage

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. *Leverage* dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar tingkat

penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. *Leverage* mengukur kemampuan kebutuhan dana pada perusahaan digunakan dengan hutang. jika perusahaan tidak memiliki *leverage* yang artinya perusahaan menggunakan modal sendiri tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah *leverage* maka perusahaan memiliki risiko kecil apabila kondisi ekonominya merosot.

Pengunaan dana hutang bagi perusahaan tersebut yaitu memberi kredit yang akan menfokuskan besarnya jaminan atas kredit yang diberikan, menggunakan dana hutang jika perusahaan mendapatkan laba lebih besar dari beban tetapnya. maka pemegang saham keuntungannya akan naik, serta penggunaan hutang pemilik mendapatkan dana tanpa kehilangan pengendalian pada perusahaannya (Wardhany, 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 (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir (2014:155) yaitu:

- 1) *Debt To Equity Ratio* (Rasio Hutang terhadap Ekuitas) Merupakan perbandingan antara hutang-hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2) *Total Debt to Total Asset Ratio* (Rasio Hutang terhadap Total Aktiva)

Rasio ini merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai oleh hutang.

$$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

3) *Times Interest Earned Ratio* adalah rasio yang mengukur kemampuan

perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan.

Times Interest Earned Ratio ini juga sering disebut juga *Interest Coverage Ratio*. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Beban Bunga}}$$

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba. Menurut Titisari (2021) ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya yaitu total aktiva, *log size*, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Suatu perusahaan yang lebih besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk

membayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil.

Ukuran perusahaan menjelaskan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran (*size*) perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva penjualan, atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang kecil (Indriani, 2017).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba. Profitabilitas adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu (Hermawan, 2019).

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan baik berdasarkan total aset, total modal ataupun total pembelian (Nurmida, 2017). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, tanpa adanya keuntungan sangat sulit untuk menarik para investor (Rahayu & Sari, 2018). Para investor tentu melihat seberapa besar profit yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga bisa melihat keuntungan dimasa depan apabila menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Menurut (Hery 2017:193) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

- 1) *Profit Margin* merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan membandingkan penjualan yang dicapai selama periode tertentu. Terdapat dua rumus untuk mencari *profit margin*, yaitu sebagai berikut :

- a) Untuk margin laba kotor dengan rumus :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- b) Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- 2) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*) Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba

bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

- 3) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*) Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pemiliknya. Bagi perusahaan yang sudah menerbitkan sahamnya di pasar modal harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan salah satu indikator nilai perusahaan (Selin, et al 2018). Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi

seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya, harga pasar dari saham yang terbentuk disaat terjadi transaksi penjual dan pembeli disebut nilai pasar perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor mengenai kinerja perusahaan bukan hanya pada saat ini tetapi juga prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi dambaan para investor, karena dengan naiknya nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pada pemegang saham (Bagaskara, 2021). menurut Brigham dan Daves (2014:54) pengukuran nilai perusahaan dalam rasio penilaian perusahaan terdiri dari :

1) *Price to Book Value (PBV)*

PBV merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham terus meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi pula keuntungan pemegang saham.

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}}$$

2) *Price Earning Ratio (PER)*

PER adalah perbandingan antara harga saham dengan pendapatan perusahaan. hal ini mengindikasikan berapa besar investor bersedia membayar setiap rupiah atas pendapatan perusahaan tersebut. Umumnya investor akan memilih saham dengan PER rendah, karena PER rendah akan lebih menarik karena laba per saham relatif tinggi.

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Persaham}}$$

3) Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya. Rumus Tobin's Q sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{\text{Market Value of Equity} + \text{Market Value} \\ (\text{Book Value of Debt})}{\text{Total Assets}}$$

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini adalah

- 1) Kartika (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan dan

profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

- a) Variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah Profitabilitas sebagai variable mediasi sedangkan penelitian ini hanya profitabilitas
 - b) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah sektor industri barang konsumsi di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI
 - c) Teknik analisis data yang digunakan penelitian sebelumnya adalah analisis jalur dan uji sobel sedangkan penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.
- 2) Suwardika (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dengan menggunakan sampel perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2013-2015. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan namun memiliki arah

yang negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

- a) Tahun periode yang digunakan penelitian sebelumnya adalah 2013-2015 sedangkan penelitian ini 2019-2021
 - b) Variable Bebas (X) penelitian sebelumnya berisi pertumbuhan perusahaan sedangkan penelitian ini tidak berisi
- 3) Murni (2020) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. *Leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jadi *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah
- a) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI
- 4) Yanti (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh nilai perusahaan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman di Bursa Efek

Indonesia selama periode 2014- 2017. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014- 2017. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014- 2017. Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2017. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

- a) Teori yang digunakan penelitian sebelumnya adalah teori *trade-off* sedangkan penelitian ini menggunakan teori signal
 - b) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah sektor makanan dan minuman di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI
 - c) Metode sampel yang digunakan penelitian sebelumnya adalah metode sampel jenuh sedangkan metode penelitian ini *purposive sampling*.
- 5) Dewantari (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages*. Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages*. *Leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages*.

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages*. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

- a) Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan ,anufaktur sektor *food and beverage* di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan properti dan *real estate* di BEI.
- 6) Farizki (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan sub sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Struktur aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :
- a) Tahun periode yang digunakan penelitian sebelumnya adalah 2015-2019 sedangkan penelitian ini 2019-2021
 - b) Variable Bebas (X) penelitian sebelumnya berisi likuiditas dan struktur asset sedangkan penelitian ini tidak berisi
- 7) Bagaskara (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. bahwa ukuran

perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

- a) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah sektor industri barang konsumsi di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI
 - b) Tahun periode yang digunakan penelitian sebelumnya adalah 2015-2019 sedangkan penelitian ini 2019-2021
 - c) Variable Bebas (X) penelitian sebelumnya kepemilikan manajerial sedangkan penelitian ini tidak berisi
- 8) Nugraha (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 – 2018. Bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. likuiditas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :
- a) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah manufaktur yang *listing* di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI

b) Tahun periode yang digunakan penelitian sebelumnya adalah 2015-2019 sedangkan penelitian ini 2014-2018.

9) Himawan (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* yang *go public* Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* yang *go public* di BEI. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

a) Tahun periode yang digunakan penelitian sebelumnya adalah 2016-2018 sedangkan penelitian ini 2014-2018.

10) Aplilia (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bahwa *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

a) Sektor yang digunakan pada penelitian ini adalah sektor otomotif di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor properti dan *real estate* di BEI