

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia berkembang di era globalisasi memicu persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis. Fenomena ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan kemajuan teknologi. Perusahaan dituntut untuk mengelola fungsi – fungsi manajemen yang dimiliki dengan baik, sehingga mampu beradaptasi dengan dunia ekonomi internasional dan nasional, serta mampu membaca situasi yang terjadi. Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan dengan mengefisienkan seluruh sumber daya yang dimiliki, sedangkan jangka panjang yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Pentingnya nilai perusahaan sangat berdampak oleh kinerja perusahaan lantaran mencerminkan bahwa kinerja perusahaan dapat mempengaruhi pandangan investor. Peningkatan harga saham menandakan kemakmuran bagi para pemegang saham dan nilai perusahaan (Rivandi, 2018). Prospek perusahaan dimasa yang akan datang dapat dilihat dari keberhasilan perusahaan dengan harga sahamnya, jika harga saham berada diposisi tinggi akan menimbulkan nilai perusahaan tinggi sehingga muncul kepercayaan pasar sebagai apresiasi investor terhadap peningkatan keberhasilan suatu kinerja nilai perusahaan.

Menurut Munawaroh (2014) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Perusahaan pada dasarnya didirikan guna menciptakan nilai tambah, terutama dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang menerapkan

prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemilikinya (Safitri, 2016). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan prospek dimasa yang akan datang dan dimasa kini sehingga pasar akan percaya tentang suatu kondisi perusahaan. Hal ini dapat dilihat sebagai indikator nilai perusahaan dari besar atau kecilnya saham yang diterbitkan oleh perusahaan dipasar modal. Memaksimumkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Kurniasih dan Ruzikna 2017).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham, apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya. Peningkatan nilai perusahaan dengan memperhatikan faktor–faktor internal dan eksternal perusahaan, karena faktor internal perusahaan dapat berupa rasio–rasio yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan dimana menjadi tolak ukur kesejahteraan suatu skala dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu faktor–faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi

perusahaan itu sendiri, seperti inflasi, citra perusahaan, pertumbuhan pasar, dan nilai kurs.

Profitabilitas merupakan pendapatan dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan, hal ini dilakukan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam periode tertentu. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan, berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2015). Berdasarkan hal tersebut, maka profitabilitas memiliki pengaruh yang sangat besar bagi para investor, sehingga perusahaan berupaya keras dalam memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mencapai profit yang ditargetkan oleh perusahaan guna memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Kemampuan perusahaan saat menerima profit yang maksimal dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang lebih sehat, hal tersebut mampu mendatangkan tanggapan yang baik dari para investor yang nantinya berdampak terhadap meningkatkan harga saham (Sari & Abundanti, 2014).

Berbagai penelitian mengenai hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, penelitian tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Riaz dan Qasim (2016), Purwohandok (2017) memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Juhandi dkk (2013), Sabrin *et al.* (2016) memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan rasio yang membandingkan antara jumlah hutang dengan total modal yang dimiliki oleh perusahaan (Clayman *et al.*, 2012). Dimana mengukur kemampuan perusahaan membayarkan kewajiban dalam jangka waktu panjang. Hal ini diperlukan agar bisa menentukan tingkat keamanan untuk para kreditur. Sebagai pandangan penting dalam mengukur efektivitas penggunaan hutang perusahaan, maka dari itu *leverage* juga dapat mengukur suatu perusahaan yang sedang mengalami kerugian sehingga akan berdampak pada return sahamnya. Peran penting *leverage* adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Bertambahnya hutang perusahaan dapat meningkatkan fungsi pengendalian kas bebas oleh manajemen. Sebuah pengawasan dana yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan dan produktivitas sehingga memberikan dampak pada proses penguatan nilai perusahaan sebagai cerminan melalui kenaikan harga saham.

Berbagai penelitian mengenai hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan, penelitian tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017), Pratama dan Wiksuana (2016) memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sambora, dkk (2014), Sukaenah (2015) memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitas jangka pendeknya (Murhadi, 2013:57). Likuiditas lebih difokuskan pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimiliki sehingga dalam hal ini nilai perusahaan memiliki dana internal yang cukup untuk membayar biaya operasional. Perusahaan perlu memperhatikan seberapa besar mereka mempergunakan hutang atau tidak. Sebab ketika menetapkan suatu

jarak untuk struktur modal yang optimal pun akan sulit bagi perusahaan. Kenyataan perusahaan akan sulit dalam mencapai struktur modal yang optimal dalam suatu susunan pembelanjaan yang tepat. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Likuiditas dapat diukur dengan menggunakan *Current Ratio* (CR), yang merupakan rasio antar aktiva lancar dibagi hutang lancar.

Berbagai penelitian mengenai hubungan likuiditas dengan nilai perusahaan, penelitian tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Rompas (2013) dan Lubis *et al.*, (2017) memperoleh hasil bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra, dkk (2012) dan Awulle *et al.*, (2018) memperoleh hasil bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan, pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang (Harjito dan Martono, 2012:270). Kebijakan dividen bisa memicu konflik antara pihak manajemen perusahaan dan pihak pemegang saham dikarenakan manajer perusahaan mempunyai kepentingan yang tidak sejalan dengan pemegang saham. Kebijakan dividen tidak hanya mengenai pembagian keuntungan yang diperoleh kepada investor, akan tetapi kebijakan perusahaan dalam membagikan dividen dengan pertimbangan atas kesempatan investasi kembali (*reinvestment*). Peningkatan dari pembayaran dividen akan menunjukkan prospek perusahaan yang lebih baik investor meresponnya dengan pembelian

saham sehingga terjadi peningkatan nilai perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kebijakan dividen yaitu dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), dimana dividen dibandingkan dengan laba bersih.

Berbagai penelitian mengenai hubungan kebijakan dividen dengan nilai perusahaan, penelitian tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Sukirni (2012) dan Senata (2016) memperoleh hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Aisjah (2013) dan Anita & Yulianto (2016) memperoleh hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

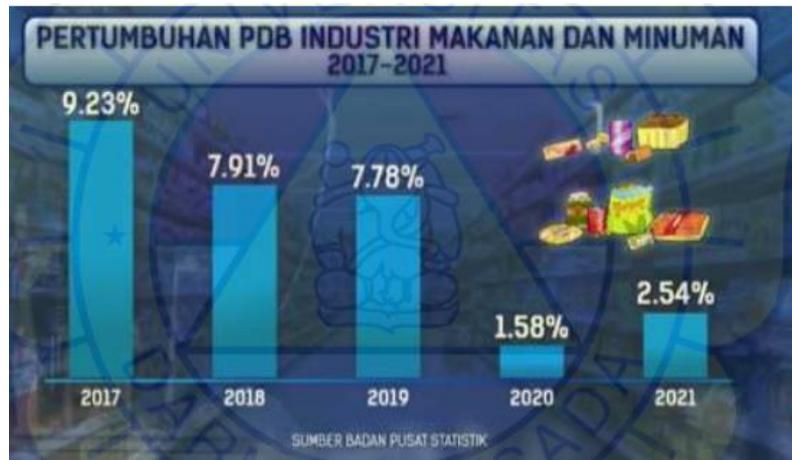
Ukuran perusahaan merupakan penentu dari keuntungan perusahaan. Kekayaan yang dimiliki perusahaan menunjukkan apakah perusahaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau tidak. Ukuran perusahaan sendiri juga merupakan refleksi dari ukuran perusahaan yang muncul dalam nilai total aset perusahaan. Sebab mempengaruhi ekspektasi suatu investor dividen dari perusahaan. Ukuran perusahaan meningkat dari fakta bahwa perusahaan besar memiliki kapitalisasi pasar yang besar. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan, sehingga investor akan merespon secara positif dan nilai perusahaan pun akan meningkat (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Hal ini dikarenakan perusahaan besar cenderung berada pada kondisi yang lebih stabil. Stabilitas ini menarik pemegang saham untuk membeli atau memiliki saham di perusahaan, dan menyebabkan kenaikan harga saham di pasar modal. Dapat dikatakan bahwa ukuran memiliki pengaruh terhadap nilai-nilai perusahaan.

Berbagai penelitian mengenai hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, penelitian tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2012) dan Rudangga dan Sudiarta (2016) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Abdolkhani dan Hakim (2013) dan Farooq *et al.* (2016) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kemenperin (Kementrian Perindustrian) (2022) Industri makanan dan minuman (mamin) merupakan penyumbang kontribusi terbesar pada triwulan II tahun 2021 yang mencapai 38,42% serta memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 6,66%. Capaian kumulatif sektor strategis ini dari sisi ekspor juga sangat baik, yaitu mencapai USD19,58 miliar atau naik 42,59% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya tercatat senilai USD 13,73 miliar. Meski ditengah tekanan akibat pandemi *Covid- 19*, kinerja industri sektor *Food and Beverage* konsisten memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara Indonesia. Salah satu faktor yang menjadikan perusahaan industri sektor *Food and Beverage* dapat meningkatkan pertumbuhan penjualannya meskipun dimasa pandemi *covid-19* yaitu tingginya permintaan kebutuhan pokok guna meningkatkan imunitas tubuh dalam upaya menjaga kesehatan. Berikut adalah grafik perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman:

Gambar 1. 1

Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman 2017-2021



Sumber : Badan Pusat Statistik (IDX channel)

Dari gambar 1.1 Grafik menunjukkan Perkembangan PDB Industri Makanan dan Minuman pada tahun 2017 PDB Industri makanan dan minuman berada pada presentase 9,23%, pada tahun 2018 berada pada 7,91%, pada tahun 2019 berada pada 7,78%, pada tahun 2020 berada pada 1,58% dan pada tahun 2021 berada pada 2,54%. Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu berada pada presentase 1,58% dan pada tahun 2021 kembali meningkat yaitu sebesar 2,54% dimana terlihat pada tahun 2021 sudah menjadi tahun perbaikan, meskipun presentase yang dihasilkan tidak terlalu signifikan. Sebaliknya berbeda dengan hasil grafik PDB Industri makanan dan minuman yang setiap tahunnya selalu meningkat walaupun tidak terlalu signifikan.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di uraikan tersebut, mengingat pentingnya nilai perusahaan terutama pada perusahaan *Food and Beverage* untuk menarik minat investor dan bagi kelangsungan hidup perusahaannya, maka perusahaan *Food and Beverage* cukup menarik untuk diteliti dikarenakan

perusahaan *Food and Beverage* merupakan suatu industri yang stabil dan tidak terpengaruh dengan perubahan kondisi perekonomian. Hal ini disebabkan oleh makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer yang terus dibutuhkan oleh manusia. Perusahaan *Food and Beverage* memiliki tingkat persaingan yang tinggi, sehingga menuntut kinerja perusahaan yang selalu prima agar unggul dalam persaingan. Kondisi ini turut mempengaruhi ketertarikan investor terhadap perusahaan tersebut tercermin dari adanya nilai perusahaan.

Dari beberapa alasan dan penjelasan diatas serta adanya fenomena dan adanya beberapa hasil penelitian yang berbeda-beda memberikan motivasi bagi penulis mengajukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage* Tahun 2019-2021".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah likuiditas berpengaruh pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah kebijakan dividen berpengaruh pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya dan menambah referensi dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan profitabilitas, *leverage*, likuiditas, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan dampaknya terhadap nilai perusahaan

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

b. Bagi Calon Investor dan Mahasiswa

Membantu memberikan informasi nilai perusahaan agar para investor atau pemegang saham dan mahasiswa dapat mempertimbangkan bagaimana seharusnya keadaan perusahaan atau memulai perusahaan yang baik untuk ditanamkan modal.

c. Bagi Pembaca dan Publik

Sebagai referensi kepustakaan, dan untuk penelitian berikutnya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan memberikan kesempurnaan dalam penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal ini pertama kali dikembangkan oleh Ross tahun 1977. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi yang berasal dari manajemen (*well-informed*) dan informasi yang berasal dari pemegang saham (*poo informed*). Menurut Ratnasari *et al.* (2017) teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Digunakan para manajer perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor dimana hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui suatu pelaporan dengan mengirimkan sinyal melalui laporan keuangan (Scott, 2012). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan, menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah kepada perusahaan.

Menurut Jama'an (2008) teori sinyal merupakan bentuk pemberian sinyal untuk pengguna laporan keuangan atau pihak eksternal. Sinyal tersebut merupakan petunjuk yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal yang menunjukkan perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, manajer yang mengelola perusahaan harus memberikan

sinyal kepada pihak eksternal atau pemegang saham mengenai kondisi perusahaan. Sinyal yang diberikan kepada pihak eksternal disajikan dalam laporan keuangan. Alangkah lebih baik sinyal yang diberikan adalah positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan penanaman modal yang dilakukan oleh pihak eksternal karena kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Bringham & Houston, 2006:19). Menurut Gitman (2006:352) nilai perusahaan adalah *“the actual amount per share of common stock that would be received if all the firm’s assets were sold for their market value”* pengertian tersebut dapat diartikan bahwa nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Nilai perusahaan juga dapat menunjukkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu aset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan (Martono & Agus. 2003:3).

Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang serta diharapkan yang dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat Winardi dalam Kusumadilaga (2010), sedangkan Mahendra, dkk (2011) menyatakan nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar dividen. Ada saatnya dividen

tersebut tidak dibagikan oleh perusahaan karena perusahaan merasa perlu untuk menginvestasikan kembali laba yang diperolehnya.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba (Kasmir, 2017:196). Kemampuan dapat juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006:107) profitabilitas adalah hasil dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Profitabilitas dapat ditetapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur tersebut adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam menganalisis kondisi keuangan, hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan.

Fahmi (2010:184) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar-kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas yang semakin baik akan menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Rangkuti (2008:148) menyatakan bahwa profitabilitas adalah suatu analisa yang digunakan untuk mengendalikan laba yang diperoleh. Suatu perusahaan harus memperoleh laba agar dapat terus tumbuh dan berkembang untuk waktu yang relatif lama. Namun dalam menjalankan perusahaan, manajemen tidak selalu memperoleh laba yang sebesar – besarnya. Seandainya hal ini terjadi, perusahaan tersebut akan cenderung mengeksploitasi sumber daya yang dimiliki atau melakukan tindakan –

tindakan yang tidak sesuai dengan etika bisnis yang berlaku. Karena itu, kebijakan mengenai laba harus seimbang dengan kebijakan peningkatan kesejahteraan karyawan dan kebijakan peningkatan kemakmuran masyarakat secara luas.

2.1.4 Leverage

Menurut Kasmir (2017:151) rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek ataupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi).

Penggunaan rasio *leverage* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat yang dapat dipetik, baik rasio rendah maupun rasio tinggi. Rasio *leverage* memiliki beberapa implikasi berikut.

- a) Kreditur mengharapkan ekuitas(dana yang disediakan pemilik) sebagai margin keamanan. Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung kreditur
- b) Dengan pengadaan dana melalui utang, pemilik memperoleh manfaat, berupa tetap dipertahankannya penguasaan atau pengendalian perusahaan.
- c) Bila perusahaan mendapat penghasilan lebih dari dana yang dipinjamkannya dibandingkan dengan bunga yang harus dibayarnya, pengembalian kepada pemilik diperbesar Weston dalam Karmi, (2010:152).

Dengan analisis rasio *leverage*, perusahaan akan mengetahui beberapa hal berkaitan dengan penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui

rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Setelah diketahui, manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal. Akhirnya dari rasio ini kinerja manajemen selama ini akan terlihat apakah sesuai tujuan perusahaan atau tidak (Kasmir,2010:155).

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Agus Sartono, 2010:257). Sedangkan menurut Irham Fahmi (2013:174) leverage merupakan gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar utang secara tepat waktu.

2.1.5 Likuiditas

Menurut Kasmir (2017:128) rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo. Dengan kata lain, likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar (likuiditas badan usaha) perusahaan maupun didalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kegunaan likuiditas ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi dan membiayai kewajiban (utang) pada saat ditagih. Sedangkan menurut Michael C. Ehrhardt dan Eugene F. Brigham (2011:110) "*liquidity ratios the relationships of*

a firm's current assets to current liabilities and its ability to meet maturing debts".

Pengertian tersebut dapat diartikan rasio likuiditas menunjukkan hubungan antara aset lancar perusahaan dengan liabilitas lancar dan dengan demikian kemampuannya untuk memenuhi utang yang jatuh tempo.

2.1.6 Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen berarti keputusan untuk menentukan berapa besar bagian dari pendapatan perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham dan diinvestasikan kembali atau ditahan dalam perusahaan. Kebijakan dividen akan berdampak pada besarnya laba yang ditahan pada perusahaan yang merupakan sumber pembiayaan internal perusahaan untuk mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik lagi dimasa mendatang. Hal ini terjadi karena besar kecilnya dividen yang dibayarkan perusahaan akan mempengaruhi sumber dana internal perusahaan, yaitu laba ditahan. Apabila perusahaan meningkatkan pembayaran dividen, dapat diartikan oleh pemodal sebagai sinyal harapan manajemen tentang akan membaiknya kinerja perusahaan di masa yang akan datang, sehingga kebijakan dividen memiliki pengaruh baik terhadap perusahaan. Sebaliknya, penurunan pembayaran dividen akan dilihat sebagai prospek perusahaan yang buruk. Tujuan pembagian dividen juga untuk menunjukkan likuiditas perusahaan. Pembagian dividen juga untuk menunjukkan dimata investor bahwa nilai perusahaan akan memiliki nilai yang tinggi. Pembayaran dividen yang terus menerus, perusahaan ingin menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghadapi gejolak perekonomian dan mampu memberikan hasil kepada para pemegang saham. Penentuan berapa besar bagian laba bersih perusahaan yang akan dibagikan

sebagai dividen, merupakan kebijakan manajemen perusahaan, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan dan harga pasar saham.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logarita total aktiva (Hartono, 2008:14). Sedangkan menurut Torang (2012:14) ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2010:343).

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah tenaga kerja, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan dan sebagainya. Semakin besar nilai item – item tersebut, maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal dalam masyarakat. Semakin besar ukuran perusahaan, makin besar pula tekanan untuk mengolah informasi, sehingga pihak manajemen perusahaan akan memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya informasi, dalam mempertahankan eksistensi perusahaan. Semakin tinggi kesadaran manajemen mengenai pentingnya informasi bagi pihak – pihak yang berkepentingan, akan

membuat penyajian laporan keuangan menjadi lebih tepat waktu. Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Hilmi dan Ali,2008).

2.2 Hasil Penelitian sebelumnya

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Analisa (2011) dengan objek penelitian yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008. Variabel independen yang diuji yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan kebijakan dividen, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, serta kebijakan dividen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Senda (2013) dengan objek penelitian yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, profitabilitas, *leverage financial*, *investment oppurtunity set* dan nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel independen yang diuji yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, profitabilitas, *leverage financial*, dan

investment opportunity set, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen, profitabilitas dan *leverage financial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta *investment opportunity set* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Rudangga dan Sudiarta (2016) dengan objek penelitian yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Variabel independen yang diuji yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Novari dan Lestari (2016) dengan objek penelitian yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan pada Sektor Properti dan *Real Estate*. Variabel independen yang diuji yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Amijaya, dkk (2016) dengan objek penelitian yaitu struktur modal, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, *sales growth*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *Listed* di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014. Variabel independen yang diuji yaitu struktur modal, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, *sales growth*, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, likuiditas, kebijakan dividen, dan *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Widyantari dan Yadnya (2017) dengan objek penelitian yaitu struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen yang diuji yaitu struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nanda (2019) dengan objek penelitian yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. Variabel independen yang diuji yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan kebijakan dividen, sedangkan variabel devendennya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu

analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rizaldi (2019) dengan objek penelitian yaitu profitabilitas, likuiditas, struktur modal, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2018. Variabel independen yang diuji yaitu profitabilitas, likuiditas, struktur modal, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Yanti dan Darmayanti (2019) dengan objek penelitian yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, likuiditas dan nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman. Variabel independen yang diuji yaitu, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas, sedangkan variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. 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.

Grecia (2020) dengan objek penelitian yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman. Variabel independen yang diuji yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, sedangkan variabel dependennya adalah nilai

perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Suardana (2020) dengan objek penelitian yaitu profitabilitas, kebijakan hutang, kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Variabel independen yang diuji yaitu profitabilitas, kebijakan hutang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, keputusan investasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Febrianti (2021) dengan objek penelitian yaitu likuiditas, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. Variabel independen yang diuji yaitu likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dikutip terdapat persamaan dan perbedaan antar penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penulis. Beberapa penelitian sama-sama menggunakan variabel Independen Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan, tetapi terdapat juga beberapa penelitian menggunakan variabel independen yang berbeda, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *leverage financial*, *investment opportunity set*, struktur modal, *sales growth*, kebijakan hutang, keputusan investasi. Pada penelitian sebelumnya menggunakan lokasi perusahaan yang sama, yaitu Perusahaan *Food and Beverage* tetapi terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang tidak menggunakan lokasi yang sama seperti perusahaan Manufaktur dengan Sub Sektor seperti LQ-45, Sektor *Property* dan *Real Estate*. Teknik analisis yang digunakan oleh para peneliti terdahulu yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, tetapi terdapat juga beberapa penelitian menggunakan teknik analisis regresi data panel, serta tahun periode penelitian para peneliti terdahulu yaitu menggunakan 3 periode. Tahun periode penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu juga berbeda-beda, ada yang menggunakan hanya 2 periode, 4 periode maupun 5 periode.