

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan yang jelas yaitu untuk mencapai keuntungan atau memaksimalkan laba yang sebesar-besarnya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham. Peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan pemilik atau para pemegang saham dapat dicapai dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang baik akan memberikan kepercayaan dari masyarakat maupun investor sehingga perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya.

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang mempengaruhi pandangan pasar maupun investor terhadap perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan dapat menggambarkan prospek serta harapan akan kemampuan dalam meningkatkan kekayaan perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya. Berdasarkan rasio PBV dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV di atas satu (*overvalued*) yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti perusahaan semakin berhasil menciptakan nilai atau kemakmuran bagi pemegang

saham. Sebaliknya, apabila PBV di bawah satu (*undervalued*) mencerminkan nilai perusahaan tidak baik. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan kepemilikan manajerial.

Profitabilitas memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). Rasio *Return On Asset* (ROA) adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Semakin tinggi nilai *Return On Asset* (ROA) maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik. Penelitian yang dilakukan oleh Bitu, *et al.*, (2021), Dewi dan Abundanti (2019), Putri dan Wiksuana (2021) dan Iman, *et al.*, (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti, *et al.*, (2022) dan Markonah, *et al.*, (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Melina dan Husna (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Putra (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yaitu salah satu rasio yang mampu menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva. Semakin besarnya aktiva yang dimiliki maka semakin besar ukuran sebuah perusahaan. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dinilai dengan menggunakan total aset. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah memperoleh sumber pendanaan yang kemudian digunakan oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Widyastuti, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Bitu, *et al.*, (2021) dan Fikriyah dan Suwanti (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Mutmainnah, *et al.*, (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Putra (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio likuiditas digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek. Semakin tinggi rasio likuiditas, semakin baik kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Namun, jika rasio likuiditas terlalu tinggi akan mempengaruhi laba perusahaan. Tinggi rendahnya nilai rasio ini mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan ketika memiliki nilai likuiditas yang tinggi, menandakan bahwa perusahaan berjalan dengan baik sehingga menaikkan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan. Penelitian ini

memproksikan likuiditas perusahaan dengan *current ratio*. *Current ratio* (rasio lancar) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan (Kasmir, 2018:134). Dengan kata lain seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Penelitian yang dilakukan Markonah, *et al.*, (2020) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Bitu, *et al.*, (2021), dan Iman, *et al.*, (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Putri dan Wiksuana (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Dewi dan Abundanti (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Kepemilikan Manajerial. Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen akan mensejajarkan kedudukan manajer dengan pemegang saham sehingga manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Adanya kepemilikan manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang akan diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Christiawan dan Tarigan, 2005). Penelitian yang dilakukan Dewi dan Abundanti (2019) dan Nafis (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Penelitian yang dilakukan Widyastuti, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Mutmainnah, *et al.*, (2019) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Alasan pemilihan Sub Sektor Otomotif dan Komponen sebagai objek penelitian adalah karena sektor ini merupakan industri yang diunggulkan di Indonesia. Perkembangan dunia otomotif semakin berkembang dari tahun ke tahun dan mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan perusahaan otomotif memiliki prospek yang menguntungkan dimana transportasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat yang sangat penting. Dalam hal penentuan nilai suatu perusahaan otomotif, sangat penting bagi pemegang saham untuk mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya, sehingga modal yang diinvestasikan cukup aman dan diperoleh pengembalian yang menguntungkan atas investasi yang diinvestasikan. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama pengelolaan keuangan, yang dapat dicapai bila kinerja keuangan perusahaan baik.

Hasil observasi pendahuluan terhadap perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen di Bursa Efek Indonesia ditemukan fenomena dalam bidang profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Rata-rata Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (U.PR), Likuiditas (CR),
Kepemilikan Manajerial (KM) dan Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan
Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2017-2021

NO	URAIAN	TAHUN				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	ROA (%)	10,78	5,56	5,20	4,12	5,97
2	U.PR (%)	28,53	28,21	28,22	28,21	28,29
3	CR (%)	2,31	2,37	3,05	2,77	2,35
4	KM (%)	4,66	4,66	3,11	3,10	3,09
5	PBV (%)	1,18	1,22	1,17	1,13	2,18

Sumber : Data sekunder IDX, data diolah 2023

Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa adanya fluktuasi dalam nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA), adanya fluktuasi dalam nilai rata-rata Ukuran Perusahaan (U.PR), adanya fluktuasi dalam nilai rata-rata *Current Ratio* (CR), adanya penurunan dalam nilai rata-rata Kepemilikan Manajerial (KM) dan adanya fluktuasi dalam nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. Nilai ROA pada tahun 2017 adalah 10,78 nilai ROA berfluktuasi hingga tahun 2021. Dimana pada tahun 2018 ROA menurun menjadi 5,56 pada tahun 2019 menurun lagi menjadi 5,20 pada tahun 2020 menurun menjadi 4,12 dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 5,97. Nilai U.PR pada tahun 2017 adalah 28,53 pada tahun 2018 nilai U.PR menurun menjadi 28,21 pada tahun 2019 meningkat menjadi 28,22. Dimana pada tahun 2020 menurun menjadi 28,21 dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 28,29. Nilai CR pada tahun 2017 adalah 2,31 pada tahun 2018 nilai CR meningkat menjadi 2,37. Dimana nilai CR

pada tahun 2019 meningkat lagi menjadi 3,05 sedangkan pada tahun 2020 nilai CR menurun menjadi 2,77 dan pada tahun 2021 nilai CR menurun lagi menjadi 2,35. Nilai KM pada tahun 2017 adalah 4,66 pada tahun 2018 nilai KM 4,66 nilai KM terus menurun hingga tahun 2021. Dimana pada tahun 2019 KM menurun menjadi 3,11 pada tahun 2020 menurun lagi menjadi 3,10 dan pada tahun 2021 menurun lagi menjadi 3,09. Nilai PBV pada tahun 2017 adalah 1,18 nilai PBV mengalami fluktuasi hingga tahun 2021. Dimana pada tahun 2018 PBV meningkat menjadi 1,22 pada tahun 2019 menurun menjadi 1,17. Nilai PBV pada tahun 2020 menurun lagi menjadi 1,13 dan pada tahun 2021 PBV meningkat menjadi 2,18.

Dengan semakin berkembangnya riset mengenai nilai perusahaan mengindikasikan bahwa keberadaan nilai perusahaan dalam sebuah perusahaan memiliki peranan penting dalam praktek manajemen sehingga perlu dilakukan telaah lebih lanjut mengenai konsep tersebut. Berdasarkan fenomena dan *research gap* penelitian sebelumnya maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021 “**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021 ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021 ?
3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021 ?
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen tahun 2017-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian harus memberikan kegunaan atau manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan manajemen keuangan terutama faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan khususnya faktor profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan kepemilikan manajerial pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian sejenisnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menyatakan bahwa teori keagenan merupakan teori ketidaksamaan kepentingan antara prinsipal dan agen. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara pemegang saham atau pemilik serta manajemen atau manajer. Menurut teori ini, hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan. Teori keagenan merupakan pemisahan antara kepemilikan perusahaan dalam hal ini pemegang saham dan pengendalian perusahaan / pengelolaannya yang dijalankan oleh manajemen perusahaan.

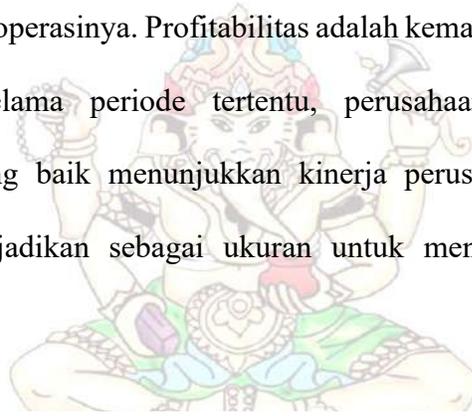
Teori keagenan menjelaskan bahwa didalam sebuah perusahaan ditemukan adanya hubungan kerja antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen selaku agen. Menurut Susanti dan Mildawati (2014:64) menyatakan teori keagenan adalah sebuah kontrak antara satu orang atau lebih (*principal*) yang mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Pihak prinsipal adalah pemegang saham dan yang sebagai agennya adalah pihak manajemen dari perusahaan. Sehingga tujuan dari hubungan keagenan tersebut adalah menciptakan kontrak yang efisien antara agen dan *principal*.

Principal mengharapkan manajer dapat bertindak sesuai dengan keinginannya, tetapi dalam praktiknya manajer bertindak tidak sesuai dengan harapan *principal*. Manajer perusahaan bertindak oportunistik dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, sehingga memunculkan konflik yang disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*) (Pujiati, 2015). *Principal* dan agen memiliki kepentingan yang berbeda, yang seringkali tidak sejalan. Alasan konflik kepentingan antara *principal* dan agen akan terus meningkat, dikarenakan *principal* yang jarang atau bahkan tidak melakukan monitoring kegiatan agen setiap hari. Sebaliknya, dapat dipastikan agen dapat memiliki banyak informasi penting mengenai kemampuan diri, lingkungan kerja dan bahkan organisasi secara keseluruhan. Hal ini dapat memicu terjadinya asimetri informasi yaitu ketidakseimbangan informasi antara *principal* dan agen dalam perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, keberadaan ketidakseimbangan informasi membutuhkan pemegang saham untuk mengawasi manajemen dengan berbagai cara, agar manajemen dapat menjalankan tugas sesuai kepentingan pemegang saham demi efektivitas pengelolaan perusahaan.

Hubungan *agency theory* dengan nilai perusahaan yaitu karena dalam hubungan keagenan muncul konflik kepentingan antara *agent* dan *principal*. Maka kualitas audit sangat dibutuhkan dalam menjaga kekayaan perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan menjadi baik. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori agensi mempunyai peran sebagai dasar praktik bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kemakmuran kepada *principal*. Dalam hal pengambilan keputusan, teori ini berkaitan dengan perilaku atau *behaviour* dari *agent* yang lebih mementingkan diri sendiri dibandingkan untuk kepentingan para pemegang saham.

2.1.2 Profitabilitas

Untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa depan, keuntungan dari kegiatan operasional perusahaan sangat penting. Indikator utama keberhasilan suatu perusahaan adalah keuntungannya. Sejumlah kebijakan dan pilihan perusahaan pada akhirnya mengarah pada profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mengetahui besar kecilnya tingkat keuntungan selama periode tertentu, dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang baik menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sebab profitabilitas sering dijadikan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan (Riyanto, 2008).



Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Manajemen juga perlu memperhatikan kepentingan para pemodal (*investor*) agar para investor tetap tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Mengingat pentingnya profitabilitas untuk perusahaan, maka penting untuk manajemen mengevaluasi performa perusahaan dan melakukan perencanaan di masa mendatang.

Profitabilitas memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran

pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001:317). Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor (Suharli,2006). Tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham tergantung pada laba yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga membuat harga saham perusahaan meningkat.

Menurut Munawir (2004), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas sebuah perusahaan, yaitu:



1. Jenis perusahaan

Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan yang stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.

2. Umur Perusahaan

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

3. Skala Perusahaan

Jika skala ekonomi perusahaan lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan.

4. Harga Produksi

Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

5. Habitat Bisnis

Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (*habitual basis*) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil dari pada *non habitual basis*.

6. Produk yang dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.

Rasio profitabilitas ini akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karna kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). Rasio *Return On Asset* (ROA) adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Adapun rumus untuk menghitung *Return On Assets*

(ROA) menurut Brigham dan Houston (2010), pengembalian atas total aktiva (ROA) dihitung dengan cara membandingkan laba bersih yang tersedia dengan total aset.

Return On Assets (ROA) dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2010:4) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Menurut Hartono (2008:14) ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Menurut Riyanto (2013), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva.

Tingkat total aset dan penjualan perusahaan dapat digunakan untuk menentukan ukurannya, yang menunjukkan apakah perusahaan yang lebih besar akan memiliki keuntungan atau tidak dalam memperoleh dana yang diperlukan untuk membiayai investasinya dalam menghasilkan laba. Karakteristik keuangan perusahaan dapat diwakili oleh ukurannya. Usaha kecil akan lebih sulit memperoleh modal dari pasar modal daripada usaha besar yang stabil. Karena usaha besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar sebagai akibat dari kemudahan akses. *Firm size* adalah ukuran perusahaan berdasarkan kapitalisasi pasarnya. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total asset perusahaan. Bentuk logaritma digunakan karena pada

umumnya nilai aset perusahaan sangat besar, sehingga menyeragamkan nilai dengan variabel lainnya dengan melogaritma natural-kan total asset (Sugiarto, 2011:98).

Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar memiliki pertumbuhan yang relatif lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga tingkat pengembalian (*return*) saham perusahaan besar lebih besar dibandingkan return saham pada perusahaan berskala kecil. Oleh karena itu, investor akan lebih berspekulasi untuk perusahaan besar dengan harapan keuntungan (*return*) yang besar pula. Hertina, *et al.*, (2019) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada tiga faktor utama, yaitu :

- 
1. Besarnya total aktiva
 2. Besarnya hasil penjualan
 3. Besarnya kapitalisasi pasar

Namun disamping faktor utama di atas, ukuran perusahaan pun dapat ditentukan oleh faktor tenaga kerja, nilai pasar saham, *log size*, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma Natural* (Ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan didefinisikan dengan melogaritmakan total assets perusahaan yang dirumuskan sebagai berikut (Sugiarto, 2011:145):

$$\text{Ukuran Perusahaan (Firm Size)} = \text{LN Total Asset}$$

2.1.4 Likuiditas

Likuiditas merupakan suatu indikator yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Menurut Hery (2016:149), rasio likuiditas dikenal juga sebagai rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kapabilitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo. Tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut semakin likuid dan semakin besar kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial jangka pendeknya, hal tersebut baik bagi perusahaan agar tidak dilikuidasi akibat ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya. Menurut Kasmir (2014), Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang menentukan likuiditas menurut Munawir (2007:141) dapat dibagi dalam tiga bagian, yaitu :

1. Besarnya investasi pada harta tetap dibandingkan dengan seluruh dana jangka panjang. Pemakaian dana untuk harta tetap adalah salah satu sebab utama dari keadaan tidak likuid. Makin banyak dana perusahaan yang digunakan untuk harta tetap, maka sisanya untuk membiayai kebutuhan jangka pendek tinggal sedikit. Oleh sebab itu rasio likuiditas menurun. Kemerosotan tersebut hanya dapat dicegah dengan menambah dana jangka panjang untuk menutup kebutuhan harta tetap yang meningkat.
2. Volume kegiatan perusahaan peningkatan volume kegiatan perusahaan akan menambah kebutuhan dana untuk membiayai harta lancar. Sebagian dari kebutuhan tersebut dipenuhi dengan meningkatkan hutang-hutang. Tetapi juga jika hal-hal lain tetap, investasi unuk jangka panjang untuk membiayai tambahan kebutuhan modal kerja sangat diperlukan agar rasio dapat dipertahankan.
3. Pengendalian harta lancar apabila pengendalian kurang baik terhadap besarnya investasi dalam persediaan dan piutang menyebabkan adanya investasi yang melebihi dari pada yang seharusnya, maka sekali lagi rasio akan turun dengan tajam, kecuali disediakan lebih banyak dana jangka panjang. Kesimpulannya ialah bahwa perbaikan dalam pengendalian investasi semacam itu akan dapat memperbaiki rasio likuiditas. Memperbaiki posisi likuiditas hanya dapat dilakukan dengan :

- a. Menambah lebih banyak dana jangka panjang, baik dengan pemegang saham maupun dengan pinjaman.
- b. Mengembalikan posisi investasi dengan menjual beberapa harta tetap.
- c. Mengatur harta lancar secara lebih efisien.

Likuiditas sangat penting bagi perusahaan karena berkaitan dengan kegiatan perusahaan untuk merubah aktiva menjadi kas. Investor sering menggunakan likuiditas sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan investasi. Likuiditas menjadi sangat penting bagi investor karena kurangnya likuiditas akan menyebabkan kurangnya keuntungan yang akan di peroleh investor. Akan tetapi tingkat likuiditas yang terlalu tinggi membuat perusahaan lebih sering menahan laba dan menyebabkan dana-dana perusahaan menganggur sehingga dapat mengurangi tingkat produktifitas perusahaan. Likuiditas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Current Ratio* (Rasio Lancar). Menurut Kasmir (2018:134), rasio lancar atau (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* menurut Kasmir (2018:135) sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.5 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Struktur Kepemilikan merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik (Sudana, 2011). Dengan adanya pembagian struktur kepemilikan antara pihak luar dan manajemen perusahaan ini dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan yang terjadi (*agency problem*) karena *principal* dan *agent* ikut terlibat dalam mempertimbangkan keputusan atau kebijakan yang akan diambil untuk pencapaian tujuan yang sama, tetapi masing-masing mempunyai tugas dan wewenang yang berbeda. Kepemilikan manajerial adalah pemilik/pemegang saham oleh pihak manajemen perusahaan yang secara aktif berperan dalam pengambilan keputusan perusahaan (Pasaribu, *et al.*, 2016:156).

Kepemilikan saham manajemen merupakan proporsi kepemilikan saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen yang membuat mereka selain sebagai pengelola perusahaan juga menjadi pemilik langsung dari sebuah perusahaan atau sering disebut sebagai *insider ownership*. Dengan kepemilikan saham oleh manajerial, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan para prinsipal karena manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja dan nantinya dapat meningkatkan nilai

perusahaan. Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen akan mensejajarkan kedudukan manajer dengan pemegang saham sehingga manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan kata lain, manajer saat ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan tetapi juga berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan (Fahdiansyah *et al.*, 2018).

Dalam mengelola perusahaan, manajer seringkali tidak mencari untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham tetapi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri. Situasi ini mengarah pada fakta bahwa kepentingan yang berbeda muncul antara pemegang saham dan manajer. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham mungkin bertentangan. Perbedaan kepentingan itulah timbul konflik yang biasanya disebut *agency conflict*. Untuk menjamin agar para manajer melakukan hal yang terbaik bagi pemegang saham secara maksimal, perusahaan harus menanggung biaya keagenan, berupa (Brigham dan Houston, 2014:34):

1. Pengeluaran untuk memantau tindakan manajemen,
2. Pengeluaran untuk menata struktur organisasi sehingga kemungkinan timbulnya perilaku manajemen yang tidak dikehendaki semakin kecil, dan
3. Biaya kesempatan karena hilangnya kesempatan memperoleh laba sebagai akibat dibatasinya kewenangan manajemen sehingga tidak dapat mengambil keputusan secara tepat waktu, yang seharusnya dapat dilakukan jika manajer menjadi pemilik perusahaan atau disebut *managerial ownership*.

Menurut Pujiati (2015: 40), proksi kepemilikan manajerial adalah dengan menggunakan persentase kepemilikan manajer, komisaris, dan direktur terhadap total saham yang beredar. Kepemilikan manajerial dihitung dengan rumus:

$$KM = \frac{\text{Saham yang dimiliki Manajemen}}{\text{Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

2.1.6 Nilai Perusahaan

Harga saham yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kekayaan investor. Harga saham yang rendah juga berdampak pada rendahnya nilai perusahaan yang juga menimbulkan persepsi buruk terhadap perusahaan oleh investor. Nilai perusahaan adalah nilai perusahaan saat ini sehubungan dengan pengembalian masa depan atas modal yang diinvestasikan. Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai kondisi spesifik yang dicapai perusahaan selama operasinya karena kepercayaan umum terhadap produk dan kinerja perusahaan. Akibatnya, nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor atas keberhasilan manajemen dan pengelolaan sumber daya, sebagai serta hubungannya dengan harga saham perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Sukirni, 2012). Sedangkan menurut Harmono (2014:233), Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang

merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan merupakan pandangan investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan kekayaan (Salvatore, 2005:15).

Secara umum ada dua faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu sebagai berikut (Jogiyanto, 2014:143) :

1. Faktor internal perusahaan yaitu faktor yang berada di dalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan. misalnya pemasaran, produksi, maupun pengumuman pendanaan yang berhubungan dengan ekuitas maupun hutang. Suatu perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik maka akan menarik investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dengan cara membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jumlah permintaan saham meningkat sedangkan jumlah penawaran tetap akan menyebabkan harga pasar saham meningkat.
2. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada di luar perusahaan yang tidak bisa dikendalikan oleh manajemen perusahaan yaitu:

- a. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi suatu negara yang kurang baik akan berdampak pada menurunnya investasi. Kondisi ekonomi akan mempengaruhi daya beli masyarakat khususnya investor selanjutnya akan mempengaruhi perusahaan yang dapat menyebabkan harga pasar menurun, tetapi jika kondisi ekonomi suatu negara dalam keadaan baik maka investor lebih tertarik menanamkan

modalnya dalam bentuk saham daripada ditabungkan karena lebih menguntungkan.

b. Tingkat suku bunga

Jika suatu negara tingkat suku bunganya tinggi investor lebih suka menabung, karena dengan menabung mereka tidak akan menanggung resiko yang besar.

c. Tingkat inflasi

Inflasi merupakan kecenderungan dari harga untuk naik secara umum dan terus-menerus. Inflasi dapat mengakibatkan kerugian bagi pemegang uang dalam bentuk tunai. Jika inflasi meningkat harga saham juga akan meningkat. Karena masyarakat lebih suka memegang saham daripada uang tunai.

d. Faktor psikologi

Hal ini dapat terjadi bila harga pasar saham turun maka investor akan menjual saham karena terbentur kebutuhan dana yang mendesak atau karena takut untuk mengalami kerugian yang semakin besar. Bila hal ini terjadi dan dilakukan banyak orang atau pemegang saham maka akan menurunkan harga saham.

e. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi

Kebijakan pemerintah yang bersifat umum dan kebijakan ekonomi secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh pada harga saham.

Nilai perusahaan dapat diukur dari beberapa aspek dimana salah satunya adalah nilai perlembar saham yang dihitung dengan *price book value* (PBV) atau nilai buku. *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya. Berdasarkan rasio PBV dapat dilihat bahwa nilai perusahaan

yang baik ketika nilai PBV di atas satu (*overvalued*) yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti perusahaan semakin berhasil menciptakan nilai atau kemakmuran bagi pemegang saham. Sebaliknya, apabila PBV di bawah satu (*undervalued*) mencerminkan nilai perusahaan tidak baik. Rasio nilai pasar atau nilai buku merupakan sekumpulan rasio yang menghubungkan harga per saham perusahaan dengan nilai buku per sahamnya. Adapun rumus untuk menghitung *book value* (nilai buku) sebagai berikut (Fahmi, 2017:138) :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Bitu, *et al.*, (2021) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan Dewi dan Abundanti (2019) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan

likuiditas dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian yang dilakukan Iman, *et al.*, (2021) tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Putri dan Wiksuana (2021) tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh kebijakan dividen menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen tidak mampu memediasi likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian yang dilakukan Melina dan Husna (2022) tentang pengaruh financial distress, profitabilitas, leverage terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa financial distress berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6. Penelitian yang dilakukan Widyastuti, *et al.*, (2022) tentang pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

7. Penelitian yang dilakukan Markonah, *et al.*, (2020) tentang pengaruh profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8. Penelitian yang dilakukan Putra (2021) tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Bitu, *et al.*, (2021) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan Widyastuti, *et al.*, (2022) tentang pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian yang dilakukan Mutmainnah, *et al.*, (2019) tentang pengaruh kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan dividen dan keputusan investasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Fikriyah dan Suwarti (2022) tentang pengaruh tax avoidance, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan tax avoidance dan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian yang dilakukan Putra (2021) tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Bitu, *et al.*, (2021) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Penelitian yang dilakukan Iman, *et al.*, (2021) tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan Dewi dan Abundanti (2019) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Putri dan Wiksuana (2021) tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh kebijakan dividen menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen tidak mampu memediasi likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian yang dilakukan Markonah, *et al.*, (2020) tentang pengaruh profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan Dewi dan Abundanti (2019) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan Nafis (2022) tentang pengaruh kepemilikan manajerial dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kinerja keuangan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan Widyastuti, *et al.*, (2022) tentang pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Mutmainnah, *et al.*, (2019) tentang pengaruh kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan dividen dan keputusan investasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.