

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan tersebut memicu perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan perusahaan yang telah *go public* yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Bahkan menurut Arifianto dan Chabachib (2016), nilai perusahaan menjadi aspek utama yang dilihat oleh investor sebelum memutuskan investasi.

Nilai perusahaan yang baik dan maksimal dapat menarik minat sumber dana yang potensial bagi perusahaan seperti kreditur dan investor. Hal itu menurut Riny (2018), dikarenakan, nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dianggap mampu mempengaruhi persepsi investor atau kreditur untuk menginvestasikan dana pada suatu perusahaan. Nilai saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Ekawati dan Rahayu (2021) mengatakan bahwa industri *food and*

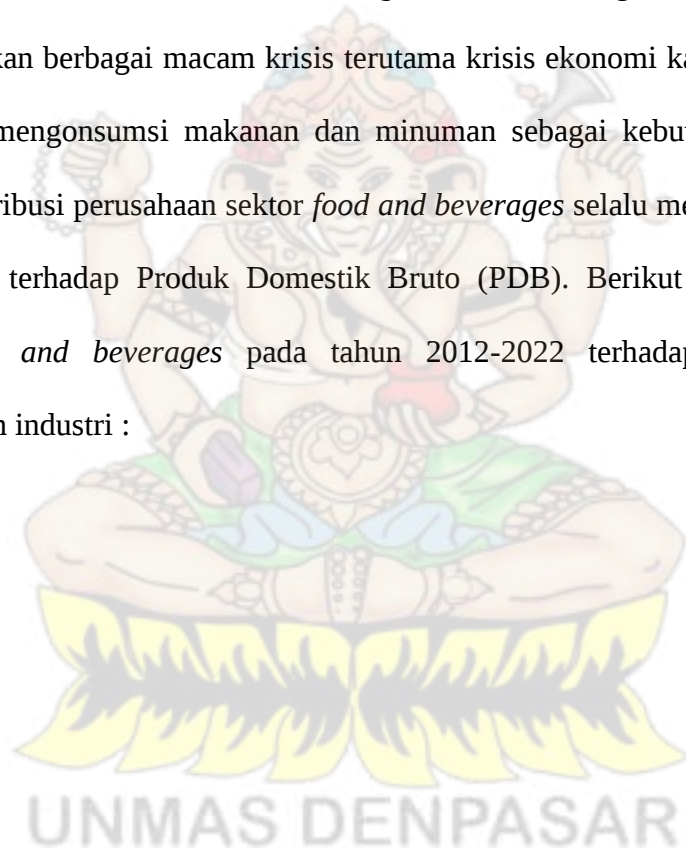
beverages paling siap memasuki industri 4.0. Sektor ini telah memanfaatkan teknologi guna menunjang perkembangan bisnisnya. Bertepatan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia, volume permintaan kebutuhan terhadap sektor usaha *food and beverages* terus meningkat.

Sekarang ini banyak terjadi persaingan yang sangat ketat dalam dunia usaha, sehingga para pengusaha dituntut untuk berinovasi membuat strategi agar dapat mempertahankan usahanya. Semakin berkembangnya usaha, semakin banyak pula perusahaan, sehingga hal ini dapat menimbulkan persaingan yang ketat. Akibat persaingan yang ketat tersebut, maka perusahaan akan semakin meningkatkan kinerjanya agar dapat mencapai tujuan (Amalia dan Wulanditya, 2016). Tujuan utama perusahaan bukan semata-mata untuk mendapatkan laba, melainkan meningkatkan nilai perusahaan.

Price to Book Value merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. PBV menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai perusahaan dalam bentuk harga terhadap modal yang tersedia. Dengan semakin tinggi PBV berarti perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan nilai dan kemakmuran pemilik. Menurut Doni (2012), semakin besar nilai PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan”. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan semakin baik nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi *return* yang diperoleh, dan semakin tinggi return saham semakin makmur pemegang sahamnya. Keputusan-keputusan keuangan yang diambil manajer keuangan dimaksud untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan, hal ini ditunjukkan

oleh meningkatnya nilai perusahaan.

Sektor *Food and Beverages* dipilih sebagai objek penelitian ini karena sektor ini memiliki peran penting guna memenuhi kebutuhan utama masyarakat. Selain itu, sektor ini juga berperan dalam pertumbuhan dan penggerak ekonomi nasional yang termasuk ke dalam 5 kategori sektor industri di era 4.0 yang menjadi tulang punggung di Indonesia. *Food and Beverages* termasuk kategori industri yang stabil dan tahan akan berbagai macam krisis terutama krisis ekonomi karena semua orang akan tetap mengonsumsi makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar untuk hidup. Kontribusi perusahaan sektor *food and beverages* selalu memberikan dampak yang bagus terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berikut grafik kontribusi sektor *food and beverages* pada tahun 2012-2022 terhadap PDB dan laju pertumbuhan industri :



Gambar 1.1

Grafik Kontribusi Sektor *Food and Beverages* Tahun 2012-2022

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Pertumbuhan ekonomi yang semakin hari semakin pesat, menyebabkan semakin ketatnya persaingan bisnis baik dalam lingkungan nasional, regional, maupun internasional. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) industri makanan dan minuman (mamin) sebesar Rp813,06 triliun pada 2022. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp775,10 triliun.

Pertumbuhan kinerja industri mamin konsisten tumbuh sejak satu dekade terakhir. Selama periode tersebut, pertumbuhan tertinggi terjadi pada 2012 yang mencapai 10,33%. Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Pertumbuhan

industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada tahun 2020 yakni 1,58% karena terdampak Covid-19. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020. Industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan yang penting dalam kontribusi ekspor industri pengolahan nonmigas. Pada periode Januari-Desember 2020, total nilai ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD31,17 miliar atau menyumbang 23,78% terhadap ekspor industri pengolahan nonmigas sebesar USD131,05 miliar.

Perkembangan ekonomi atau bisnis yang terjadi sekarang ini, mengharuskan setiap perusahaan berusaha untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Hal tersebut menuntut tiap-tiap perusahaan untuk dapat menjalankan strategi tertentu dan kebijakan-kebijakan tertentu sehingga tetap bersaing dan tetap eksis seiring dengan perkembangan zaman yang demikian pesat. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk terus menerus meningkatkan kinerja yang tercermin dalam nilai perusahaan. Menurut Indrarini (2019:2), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, beberapa diantaranya-Nya dipengaruhi oleh profitabilitas, kebijakan hutang, *current ratio*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan.

Raharjo (2021:88) mendefinisikan profitabilitas adalah kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualannya, sering ditunjukkan dengan margin laba (*profit margin*). Dimana profitabilitas tercermin pada harga saham dan ditunjukkan dalam kinerja keuangan pada bagaimana perusahaan menggunakan aset yang dimilikinya guna memperoleh laba maksimal. Tingkat return yang baik menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dengan demikian secara tidak langsung kinerja keuangan menunjukkan nilai perusahaan itu sendiri. Penelitian Dewantari, dkk. (2019), Kusna dan Setijani (2018), Sulastri, dkk. (2018), Mudjijah, dkk. (2018), serta Darmawan, dkk. (2018) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Ayem dan Tia, (2019), Rahayu dan Sari, (2018) serta Hidayat dan Khotimah (2022) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Rara & Susanto, (2018) mendefinisikan kebijakan hutang merupakan kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh sebuah perusahaan menggunakan pendanaan hutang. Kebijakan hutang yang dilakukan oleh perusahaan juga menjadi salah satu pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Salah satu rasio yang digunakan yakni DER. Dikarenakan banyak investor beranggapan kebijakan hutang yang dilakukan oleh manajemen akan berdampak pada tingkat return yang akan dihasilkan karena semakin tingginya beban bunga pinjaman yang ditanggung oleh manajemen. Selain itu, investor beranggapan jika semakin tinggi hutang, semakin berisiko suatu investasi. Sehingga banyak investor menghindari sebuah perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian Hertina, dkk. (2019), Mentari dan Idayati (2021), Ahmat (2019), Dewi dan Suryono (2019), serta Dwiastuti dan Dillak, (2019)

menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun, ada perbedaan dengan hasil penelitian Rajagukguk, dkk. (2019), Erwin, dkk. (2019), serta Apriliyanti, dkk. (2019) menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Current ratio merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendeknya pada waktu tertentu sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati (Kariyoto, 2017). Likuiditas atau hutang perusahaan pada umumnya digunakan untuk membantu perusahaan tersebut dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan tersebut, dengan begitu maka perusahaan dapat menciptakan suatu output yang dapat dijual kepada orang lain untuk memperoleh keuntungan atau profitabilitas. Hutang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan, hutang dapat berguna bagi perusahaan apabila hutang tersebut digunakan sesuai dengan tujuan perusahaan dan hutang tersebut tidak dalam jumlah besar atau jumlah yang dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Hasil penelitian Siahaan dan Herijawati (2023), Azizah dan Widyawati (2021), Devina (2022), Hutapea, dkk. (2021) menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal berbeda dapat dilihat dari hasil penelitian Listyawati dan Kristiana (2020), Artamevia dan Almalita (2021) menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, kebijakan hutang, dan *current ratio* yang dilakukan perusahaan, kebijakan dividen yang diterapkan perusahaan mempunyai daya tarik tersendiri bagi investor terhadap suatu perusahaan. Menurut Sulindawati (2017:127) definisi dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan

berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat dividen yang diterapkan perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan tersebut dimata investor. Tetapi disini kebijakan dividen yang diterapkan oleh manajemen menjadikan suatu masalah tersendiri bagi perusahaan, karena dividen merupakan salah satu aspek mengapa investor menanamkan modalnya pada perusahaan dengan harapan mendapat imbal hasil atas apa yang ditanamnya. Hasil penelitian Salama, dkk. (2019), Astuti dan Yadnya (2019), Sintyana dan Artini (2019), Nelwan dan Tulung (2018), serta Arizki, dkk. (2019) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Martha, dkk. (2018), Somantri dan Sukardi (2019), serta Yuni (2022) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ayu dan Gerianta (2018), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar (Pratama dan Wiksuana, (2016). Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbas dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diukur dengan total aset perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang digambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau

besaran investasi.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hasil penelitian Muharramah dan Hakim (2021), Dewantari, dkk. (2019), Dewi dan Abundanti (2019), Hertina, dkk. (2019), serta Sari dan Wahidahwati (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Aji dan Atun (2019), Yuniastri, dkk. (2021), serta Azizah dan Widyawati (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, alasan pemilihan sektor industri *food and beverages* karena sektor tersebut merupakan yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi dibandingkan dengan sektor lain karena dalam kondisi apa pun sebagian produk makanan dan minuman akan tetap dibutuhkan sebab produk ini menjadi kebutuhan pokok masyarakat seluruh Indonesia. Selain itu, alasan peneliti melakukan penelitian ini karena terdapat fenomena dan terdapat hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten maka peneliti ingin melakukan penelitian guna mengetahui hasil yang sebenarnya dalam penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, *Current Ratio*, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*

tahun 2019-2022”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah *current ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 4) Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 5) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- 2) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan.
- 3) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan.
- 4) .Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.
- 5) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain yaitu :

1) Manfaat teoritis

Bagi civitas akademika, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan profitabilitas, kebijakan hutang, *current ratio*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh profitabilitas, kebijakan hutang, *current ratio*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2) Manfaat praktis

Bagi penulis, dapat menambah wawasan penulis sehubungan dengan pengaruh profitabilitas, kebijakan hutang, *current ratio*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bagi investor, dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu para investor dalam memprediksi nilai perusahaan agar memperoleh hasil yang maksimal. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai acuan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan bagi manajemen perusahaan terhadap permasalahan yang

dihadapi oleh manajemen sebagai acuan dalam pengambilan keputusan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan yaitu *Signalling Theory*. Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Menurut Brigham dan Houston dalam Sofiatin (2020), isyarat atau signal adalah “suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Terjadinya asimetri informasi disebabkan karena pihak manajemen mempunyai informasi lebih banyak mengenai prospek perusahaan. Untuk menghindari asimetri informasi, perusahaan harus memberikan informasi sebagai sinyal kepada pihak investor.

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko relatif setiap perusahaan sehingga dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan. Rasio-rasio dari laporan keuangan seperti *Current ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Total Asset Turnover* maupun rasio-rasio lain akan sangat bermanfaat bagi investor maupun calon investor sebagai salah satu dasar analisis dalam berinvestasi.

Hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan teori sinyal adalah rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. ROA (Return on Asset) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan, dengan meningkatnya ROA berarti kinerja perusahaan semakin baik dan sebagai dampaknya harga saham perusahaan semakin meningkat, sehingga nilai perusahaan yang bersangkutan juga akan meningkat.

Hubungan teori sinyal dengan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *debt equity ratio* (DER) yaitu *debt equity ratio* digunakan untuk mengetahui hutang yang dimiliki perusahaan yang akan dibandingkan dengan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Penggunaan hutang yang cukup tinggi mengindikasikan kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan untuk mengembalikan atau membayar hutang, semakin rendah tingkat *debt ratio* akan menjadi signal yang baik bagi investor dan sebaliknya.

Hubungan antara *current ratio* terhadap nilai perusahaan dengan teori sinyal adalah semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya akan memberikan sinyal yang baik atau *good news* kepada para investor. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu menyelesaikan masalah hutangnya, semakin tinggi nilai rasio likuiditasnya maka akan meningkatkan peluang-peluang perusahaan untuk membayar serta menyelesaikan masalahnya terkait hutangnya.

Hubungan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan teori sinyal yaitu, manajemen yang mampu mengolah perusahaan dengan baik agar dividen stabil dan terarah untuk pemegang saham di masa yang akan datang sehingga pihak yang bersangkutan memiliki perolehan yang bagus. Kemampuan perusahaan dalam membayar dividen akan berimplikasi terhadap harga saham perusahaan. Apabila harga saham meningkat, maka hal ini akan berdampak terhadap nilai perusahaan dan juga sebaliknya (Susanti, 2010:24).

Hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan teori sinyal terlihat dari semakin besar ukuran perusahaan, maka pengelolaan investasi perseroan

semakin baik. Hal ini dikarenakan keputusan investasi dapat memberikan tanda baik untuk investor sehingga perusahaan dapat mengelola dengan baik untuk menghasilkan laba. Pada umumnya, ukuran perusahaan berpengaruh pada penilaian investor. Investor akan mencari informasi sebanyak mungkin untuk mempertimbangkan sebelum pengambilan keputusan investasi.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar utang. Oleh sebab itu, jumlah ekuitas perusahaan ditambah dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan (Alvianto, 2018:14). Tujuan utama suatu perusahaan menurut *theory of the firm* adalah meningkatkan nilai perusahaan (*value of the firm*) tersebut (Salvatore, 2005). Dalam melakukan penilaian terhadap nilai saham perusahaan terdapat tiga jenis penilaian penting. Penilaian tersebut adalah penilaian atas nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*) dan nilai intrinsik (*intrinsic value*) (Alicia, 2013).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dan profitabilitas, kebijakan hutang, dividen, dan ukuran perusahaan. Harga saham yang cenderung meningkat merefleksikan adanya peningkatan terhadap nilai perusahaan tersebut, hal tersebut akan memicu meningkatnya kepercayaan pasar terhadap reputasi perusahaan. Penilaian mereka tidak hanya dari aspek kinerja perusahaan saat ini saja, namun juga berkaitan dengan prospek perusahaan di masa

mendatang. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

2.1.3 Profitabilitas

Fatmawati (2017:19) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Laba juga sering dibandingkan dengan kondisi keuangan lainnya, seperti penjualan, aktiva, dan ekuitas. Perbandingan ini sering disebut rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas yaitu untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Investor akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi merupakan suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Adapun jenis-jenis dari rasio profitabilitas menurut Hery (2018:193), sebagai berikut :

1. ROA (*Return On Asset*) ROA merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini mengukur imbal hasil total aset dengan membagi laba bersih terhadap total aset. semakin tinggi pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2. ROE (*Return On Equity*) ROE merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dana rupiah yang tertanam dalam total ekuitas
3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) Rasio ini mengukur seberapa besar laba kotor yang dihasilkan dibanding dengan total nilai penjualan bersih perusahaan. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menekan kenaikan harga pokok penjualan pada persentase di bawah kenaikan penjualan
4. Margin Laba Operasi (*Operating Profit Margin*) Rasio ini disebut *pure profit* yang berarti bahwa *profit* yang dihasilkan benar-benar murni berasal dari hasil operasi perusahaan sebelum diperhitungkan dengan kewajiban lainnya. Rasio ini untuk mengukur kemampuan menghasilkan laba operasi dari sejumlah penjualan yang dicapai.
5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*) Rasio ini adalah rasio yang membandingkan keuntungan perusahaan dengan jumlah total uang yang dihasilkan. Rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi. Rasio ini memberi analisis gambaran tentang stabilitas keuangan perusahaan

Pada penelitian ini, rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah ROA (*return on asset*). ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. ROA merefleksikan seberapa

banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas sumber daya keuangan yang ditanamkan pada perusahaan

2.1.4 Kebijakan Hutang

Brigham and Houston (2017:78) mendefinisikan kebijakan hutang merupakan kebijakan mengenai keputusan yang diambil perusahaan untuk menjalankan operasionalnya dengan menggunakan hutang keuangan. Menurut Kasmir (2016:158), pengukuran yang mempengaruhi kebijakan hutang dapat dilakukan dengan menggunakan *Debt To Equity Ratio* (DER). DER adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan membandingkan antara seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan.

Total utang meliputi kewajiban lancar dan kewajiban jangka panjang. DER mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. *Debt To Equity Ratio* atau yang umum disingkat dengan DER, merupakan rasio keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar kembali hutang yang ada dengan menggunakan modal/ekuitas yang ada, nilai DER umumnya maksimal adalah 150% dan untuk perusahaan Multifinance adalah 600%. DER yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak memiliki peningkatan untung yang maksimal, maka perusahaan harus menghasilkan perhitungan DER yang optimum sebagai analisis fundamental penanaman saham di perusahaan (Hery, 2015:167).

2.1.5 *Current ratio*

Menurut Sujarweni, (2019), *Current ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. 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. Menurut Hery (2018:152), rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Menurut Hanafi dan Halim (2018:202), rasio lancar dihitung dengan membagi aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan besarnya kas yang dimiliki perusahaan ditambah aset-aset yang bisa berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun, relatif terhadap besarnya hutang-hutang yang jatuh tempo dalam jangka waktu dekat (tidak lebih dari satu tahun), pada tanggal tertentu seperti tercantum pada neraca.

Dapat disimpulkan bahwa *current ratio* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan hutang ketika jatuh tempo dengan aktiva lancar yang tersedia. Bagi para manajer dan kreditur perusahaan yang memiliki *current ratio* yang

tinggi akan dianggap baik dan berada dalam keadaan yang kuat. *Current ratio* sering digunakan oleh perusahaan maupun investor untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang bersifat jangka pendek. Rasio ini menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban- kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar semakin tinggi perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

2.1.6 Kebijakan Dividen

Musthafa (2017:141) mendefinisikan kebijakan dividen adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang. Menurut Hery (2017:87). Kebijakan Dividen dapat dilihat dari rasio pembayaran dividen. Rasio Pembayaran Dividen (*Dividend Payout Ratio*) adalah rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara dividen tunai per lembar saham dengan laba per lembar saham. (Hery 2017:129).

Kebijakan dividen merupakan bagian dari keputusan pembelanjaan perusahaan, khususnya berkaitan dengan pembelanjaan *intern* perusahaan. Hal ini karena, besar kecilnya dividen yang dibagikan akan mempengaruhi besar kecilnya laba ditahan. Kebijakan terhadap pembayaran dividen merupakan keputusan yang sangat penting dalam suatu perusahaan, kebijakan ini melibatkan dua pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda, yaitu pihak pertama para pemegang saham dan pihak kedua perusahaan itu sendiri. Dividen diartikan sebagai pembayaran kepada para pemegang saham oleh pihak perusahaan atas keuntungan yang diperolehnya.

Salah satu tujuan para investor adalah dividen. banyak investor yang menjadikan dividen ini sebagai tujuan utama dalam investasi, karena dapat memberikan keuntungan yang stabil dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Tujuan investor membeli saham dapat beraneka ragam, sebut saja untuk *capital gain*, dan juga mendapatkan dividen. Dividen ini terkadang juga dijadikan suatu ukuran untuk menilai kinerja perusahaan. Dividen dijadikan signal bahwa perusahaan dapat mengalokasikan dana, dan kemudian dana tersebut digunakan untuk pembagian dividen kepada para pemegang saham, dan mereka berhak mendapatkannya dalam batas-batas manajemen yang bijaksana.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ayu dan Gerianta (2018), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan.

Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, antara lain total aktiva, total penjualan, dan jumlah karyawan yang bekerja di perusahaan. Dalam penelitian ini indikator Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan total aktiva.. Menurut *Financial Accounting Standard Board* (FASB),

dapat beberapa perbedaan antara perusahaan kecil dan besar, perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Kecil Perusahaan kecil adalah suatu perusahaan yang operasinya relatif kecil, biasanya dengan total pendapatan kurang dari \$ 5 juta. Biasanya perusahaan ini;
 - a) Dikelola oleh pemilik dan jika ada yang memiliki hanya sedikit pemilik yang lain seluruh pemiliknya ikut terlibat secara aktif dalam pelaksanaan urusan-urusan perusahaan, kecuali mungkin bagi beberapa anggota keluarga tertentu.
 - b) Memiliki struktur modal yang sederhana di dalam perusahaan kecil
 - c) Jarang terjadi perpindahan kepemilikan
2. Perusahaan Besar Perusahaan besar diidentifikasi dengan perusahaan publik yaitu suatu perusahaan yang;
 - a) Sahamnya diperdagangkan di pasar publik atau bursa saham atau pasar *over the counter* atau perusahaan.
 - b) Diwajibkan untuk memberikan laporan keuangannya kepada *Securities and Exchange Commission*. Suatu perusahaan juga dapat dianggap perusahaan publik jika laporan keuangannya diterbitkan sebagai persiapan dilakukannya penjualan sekuritas (surat berharga) jenis apa pun di sebuah bursa umum.

Adapun ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008. Peraturan tersebut menjelaskan 4 jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari

jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran tersebut antara lain: a. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,-.

2.2 Penelitian Sebelumnya

- 1) Yohana, dkk. (2021) meneliti pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 2) Rajagukguk, dkk. (2019) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, dan kebijakan utang terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22.00. Penelitian menemukan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan utang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3) Penelitian Dewantari, dkk. (2019) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan

Food and Beverages di BEI”. Penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 4) Astuti dan Yadnya (2019) meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen sebagai mediasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan. Pada model kedua, hasil menunjukkan profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sesuai dengan hasil uji Sobel, ditemukan bahwa kebijakan dividen mampu memediasi pengaruh dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memediasi pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- 5) Azizah dan Widyawati (2021), dengan judul penelitian “Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan *Food and Beverages* di BEI”. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *return on*

assets berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *debt to equity ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah terletak pada lokasi penelitian yaitu di Bursa Efek Indonesia, menggunakan teknik analisis data yaitu regresi linier berganda dengan teknik pengumpulan sampel yaitu *purposive sampling*, adanya kesamaan variabel independen seperti profitabilitas, kebijakan hutang, *current ratio*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan, serta menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Perbedaanannya yaitu tahun penelitian, subjek penelitian, serta teori-teori yang digunakan.

