

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan dengan tujuan tertentu. Setiap perusahaan menjalankan bisnis dengan keinginan untuk melayani kebutuhan manajemen dan kepentingan pemegang sahamnya. Sebuah perusahaan mencapai tujuannya, itu adalah pencapaian manajemen. Evaluasi pencapaian dan kinerja perusahaan dapat menginformasikan pengambilan keputusan. Ada dua tujuan perusahaan, yakni tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan Suardana *et al.*, (2020). Nilai perusahaan sangat penting karena mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar. Itu karena kapitalisasi pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham terbesar ketika harga saham perusahaan naik.

Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan nilai intrinsik saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan ekspektasi kemampuan apresiasi kekayaan perusahaan di masa depan. Globalisasi telah menciptakan lingkungan bisnis yang mengarah pada pengawasan terhadap sistem manajemen yang digunakan oleh perusahaan untuk kelangsungan hidup dan prospeknya, sehingga mengharuskan perusahaan untuk secara konsisten meningkatkan nilai perusahaannya dengan berhasil (Patresia 2022).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang seberapa sukses sebuah perusahaan dan biasanya terkait dengan harga saham. Nilai perusahaan penting untuk menarik investor. Semakin banyak uang yang diinvestasikan, semakin berharga perusahaan tersebut. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep yang penting, karena nilai perusahaan merupakan ukuran penilaian pasar secara keseluruhan terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kekayaan yang diperoleh pemegang saham dan semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Gilby *et al.*, 2022). Tingginya nilai suatu perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, salah satu ukuran yang dapat digunakan adalah *price to book value*. (Brigham, 2018) menyatakan *price to book value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan berapa besar perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif melalui jumlah modal yang diinvestasikan. Perhitungan PBV dapat melalui perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham.

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi citra perusahaan yang diperoleh. Semua itu didukung juga oleh pihak- pihak internal perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Nilai perusahaan yang baik dan maksimal dapat menarik minat sumber dana yang potensial bagi perusahaan seperti investor. Nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dianggap mampu mempengaruhi persepsi investor untuk menginvestasikan dana pada suatu perusahaan. PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Farizki, 2021).

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu: kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas.

Faktor pertama adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi perusahaan, berapa pendapatan yang dapat dibayarkan sebagai dividen dan berapa banyak yang dapat dipertahankan. Dividen digunakan sebagai sinyal prospek masa depan perusahaan (Wulandari *et al.*, 2021). Kebijakan Dividen merupakan salah satu aspek penting yang dapat menunjukkan kinerja manajemen perusahaan. Kebijakan Dividen merupakan salah satu hal yang harus dikelola perusahaan dengan baik karena dividen merupakan salah satu hal yang dilihat oleh investor untuk menentukan keputusannya berinvestasi di suatu perusahaan. Kebijakan dividen merupakan sebuah keputusan perusahaan mengenai seberapa besar laba yang akan dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham dan seberapa besar yang akan diinvestasikan kembali sebagai modal untuk masa depan perusahaan. Menurut Sutrisno (2020) menjelaskan bahwa kebijakan dividen adalah strategi perusahaan dalam menentukan besaran dan frekuensi pembagian dividen kepada pemegang saham, yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pemegang saham dan kebutuhan perusahaan untuk reinvestasi. Menurut Ovami *et al.*, (2020) dividen menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dividen dapat menunjukkan stabilitas perusahaan dan prospek kedepannya kepada pihak luar terutama investor yang akan melakukan investasi ke perusahaan yang dituju. Keputusan dalam pembagian dividen berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan dapat memperoleh laba. Jika perusahaan mampu memperoleh laba yang besar, maka kemampuan perusahaan dalam membayar dividen juga akan besar (Widyawati, 2018). Kebijakan Dividen dalam penelitian ini

menggunakan alat ukur *dividen payout ratio* (DPR) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur persentase laba bersih yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen (Praweswari 2021). Penelitian yang dilakukan Rahmat dan Rosadi (2021), Komala (2022), Pamungkas (2022) menunjukkan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pembagian dividen akan menurunkan nilai perusahaan. Dilihat dari sumber pembiayaan dividen, tentu bukan besaran dividen yang menentukan nilai suatu perusahaan. Bagi beberapa perusahaan, ada aspek lain yang menambah nilai bagi perusahaan. Dengan pembagian dividen ini, investor dapat memutuskan apakah investor tersebut berinvestasi untuk jangka panjang atau jangka pendek. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Huda (2023), Jesilia dan Purnawaningsih (2020), Diah (2020), Machmuda (2018) menyatakan bahwa kebijakan dividen yang diukur dengan (DPR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Semakin tinggi pembagian dividen akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kebijakan dividen menentukan berapa banyak keuntungan yang akan diterima pemegang saham dan ini akan memastikan kepuasan pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Hasil temuan lain yang dilakukan oleh Hendryani dan Amin (2022), Maulida (2022), Pambudi dan Ahmad (2022) menemukan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan hutang. Kebijakan hutang adalah kebijakan perusahaan tentang sejauh mana perusahaan menggunakan pembiayaan hutang. Sementara tarif pinjaman reguler dapat menghemat pajak penghasilan, jumlah utang yang melewati titik optimal justru

mengurangi nilai bisnis karena biaya yang terlibat melebihi manfaat penghematan pajak. Perusahaan harus membangun sejumlah utang untuk mencapai tujuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (Angelina dan Amanah 2021). Kebijakan hutang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang sebagian sumbernya dari pihak eksternal, penggunaan hutang bagi perusahaan memiliki pengaruh yang sensitive terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi harga saham, namun pada titik tertentu peningkatan utang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan utang lebih kecil dari pada biaya yang ditimbulkannya (Prameswari 2021). Kebijakan hutang dalam penelitian ini menggunakan alat ukur *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. *Debt to Equity Ratio* diperhitungkan dari total hutang dengan modal sendiri. Total hutang yang terdiri dari hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang dalam struktur permodalan perusahaan. Adapun modal sendiri atau *equity capital* terdiri dari berbagai jenis saham (saham biasa dan saham *preferen*), cadangan, dan laba ditahan. Berdasarkan eksistensi DER, jika DER meningkat maka menunjukkan kinerja perusahaan semakin memburuk (Prameswari 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Utama dan Dana (2019), Nasution (2020), Wulandari *et al.*, (2021), Safitri (2018), Tambun (2019) menemukan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang arti bahwa kebijakan utang yang diprosikan oleh DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diwakilkan oleh PBV. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suryandari (2021), Rahma dan Arifin (2020),

Sucipto dan Sudiyatno (2018) menyatakan bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena informasi perusahaan yang memiliki nilai hutang yang tinggi dan kesempatan berinvestasi yang tinggi prospek kedepan berdasarkan teori signal, tidak mempengaruhi investor. Penelitian yang dilakukan oleh Adrianna, Syariefur dan Arsad Rosadi (2021) kebijakan hutang yang diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan baik berdasarkan total aset, total modal ataupun total pembelian (Aulia dkk., 2020). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, tanpa adanya keuntungan sangat sulit untuk menarik para investor (Rahayu dan Sari, 2018). Ukuran profitabilitas ini adalah *Return on Equity* (ROE), yang merupakan ukuran rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri (Keintjem M *et al.*, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Suryono (2019), Siti dan Ahalik (2020), Cindy dan Ardini (2023), Anisa (2021), Widyadnyani (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan bersifat positif yang artinya bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan atau memiliki kemampuan untuk memperoleh laba. Penelitian yang dilakukan oleh Kolamban (2020), Karimah dan Azib (2021), Nugroho dan Abdani (2021), Ayem dan Tia

(2019) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Tiasrini dan Utiyati (2020), Kusnandar (2021), Fauzi dan Aji (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor makanan dan minuman sebagai objek penelitian disebabkan karena sektor industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk dan kondisi ekonomi di Indonesia saat ini yang tidak terlalu bagus, permintaan konsumen akan makanan dan minuman ini tidak terpengaruh sedikit pun, melihat permintaan konsumen akan makanan dan minuman ini terus meningkat, namun di sisi lain peningkatan tersebut di iringi dengan fluktuasi pertumbuhan laba.

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan – perusahaan industri manufaktur khususnya di sektor makanan dan minuman di Indonesia semakin hari semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah perusahaan sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini banyak diminati oleh para investor untuk menanamkan sahamnya, karena perusahaan sektor makanan dan minuman sendiri merupakan perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman yang pada umumnya telah menjadi kebutuhan masyarakat. Berikut ini data perkembangan Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data DPR, DER, ROE dan PBV dari 5 perusahaan manufaktur pada sub**  
**sektor perusahaan makanan dan minuman (AALI, BISI, BUDI, CEKA, CPIN)**  
**di bursa efek Indonesia tahun 2020-2023**

NO	TAHUN	DPR	DER	ROE	PBV
1	2020	0,34	0,49	0,10	1,65
2	2021	0,33	0,47	0,12	1,44
3	2022	0,43	0,45	0,11	1,45
4	2023	0,56	0,43	0,92	1,29

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah)

Pada data pada tabel 1.1, dapat dijelaskan bahwa 5 perusahaan sektor makanan dan minuman di atas mengalami fluktuasi (naik-turun) dari tahun 2020-2023, dilihat dari DPR, DER, ROE, dan PBV. Pada tahun 2023, mengalami kenaikan sebesar 0,56 dari segi *Dividen Payout Ratio* (DPR). Pada tahun 2020 dari segi *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar 0,49, pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,47. Dari segi ROE dari tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 0,92. Pada *Price Book Value* (PBV) dari tahun 2021-2022 terus mengalami peningkatan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan

sektor makana dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang lebih rinci dari pelaksanaan penelitian ini dapat di paparkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan padaperusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat pemahaman mengenai DPR, DER, ROE dan PBV. *Divident Payout Ratio* (DPR) merupakan suatu bentuk kebijakan perusahaan mampu menetapkan proporsi laba yang diterima perusahaan untuk kemudian dibayarkan kepada investor sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki. *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio pengelolaan modal yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membiayai usaha dengan pinjaman yang disediakan oleh pemegang saham. *Return on Equity* (ROE) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui

efisiensi penggunaan modal sendiri, yang dapat dihitung dengan membagi laba setelah pajak dengan modal sendiri. *Price book value* (PBV) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang di investasikan. Dan penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman dan menerapkan ilmu-ilmu manajemen keuangan khususnya tentang manajemen laba serta memberikan sumbangan pemikiran dan pemecahannya.

## 2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan sektor makanan dan minuman untuk menghindari tindakan manajemen laba yang dapat merugikan pribadi dan perusahaan di mata publik dan dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Guna membantu investor meningkatkan penelitian dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang berkaitan dengan kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas yang mempengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Signal (*Signaling Theory*)

*Signalling theory* pertama kali disampaikan oleh Spence yang menyatakan bagaimana perusahaan memberikan sinyal terhadap pengguna laporan keuangan (Spence, 1973). Sinyal yang terbentuk dapat berupa informasi apapun untuk mewujudkan keinginan pemilik. Brigham and Houston (2016) menyatakan bahwa teori sinyal merupakan suatu aksi perusahaan untuk memberikan informasi atau petunjuk pada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori sinyal digunakan sebagai informasi sinyal positif maupun negatif pada pemakainya. *Signalling Theory* menerangkan pihak internal perusahaan yang mempunyai informasi perusahaan akan membocorkan informasi pada investor untuk naiknya Nilai Perusahaan (Kharisma & Priyadi, 2023).

Menurut teori signal, ketika manajemen menyajikan informasi keuangan kepada pemilik atau pemegang saham, harapan untuk mengirim pesan kemakmuran. Rilis laporan keuangan tahunan perusahaan akan menginformasikan tentang perkembangan struktur aset, ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan harga saham perusahaan. Terdiri dari banyak catatan, fakta dan deskripsi masa lalu, sekarang, dan tentu saja masa depan. Berita ini sangat penting untuk penanam modal dan pelaku usaha yang perlu mengukur keberhasilan perusahaan dan dampaknya. Sinyal positif dalam laporan keuangan yang menunjukkan nilai perusahaan dapat mempengaruhi sikap kreditur, investor dan pihak berkepentingan

lainnya (Novela dan Yanti 2022).

Teori signal merupakan teori yang digunakan untuk menyampaikan kebenaran dari sebuah laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan. Dimana sinyal yang diberikan oleh manajer dari suatu perusahaan berupa informasi-informasi atau pandangan dari manajer mengenai perusahaan tersebut, dan melalui informasi tersebut akan diberikan kepada para pemangku kepentingan dengan tujuan untuk meningkatkan suatu nilai perusahaan untuk menuju ke arah keberhasilan.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Bringham dan Houston, 2001:37).

*Signaling Theory* memberikan sinyal atau signaling dimana manajemen berusaha memberikan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh investor. Investor kemudian menyesuaikan keputusan mereka berdasarkan pemahaman mereka tentang sinyal ini, dan manajer semua perusahaan memiliki kewajiban

untuk menjaga kredibilitas mereka di pasar dengan melaporkan kinerja perusahaan mereka. *Signaling theory* memprediksi informasi apa yang akan diberikan oleh perusahaan, bagaimana dan kapan informasi tersebut akan diberikan (Astuti *et al.*, 2023).

### **2.1.2 Pecking Order Theory**

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Donaldson pada tahun 1961, akan tetapi penamaan *Pecking Order Theory* dilakukan oleh Stewart C, Myers tahun 1984 dalam *Journal of Finance* volume 39 dengan judul *The Capital Structure Puzzle*. Teori ini menyatakan bahwa ada ada semacam tata urutan (*Pecking Order*) bagi perusahaan dalam menggunakan modal. Teori tersebut juga menjelaskan bahwa perusahaan lebih mengutamakan pendanaan ekuitas internal (menggunakan laba yang ditahan) daripada pendanaan ekuitas eksternal (menerbitkan saham baru). Teori *pecking order* menjelaskan urutan atau preferensi pendanaan bahwa jika sumber dana dari luar perusahaan diperlukan, perusahaan pertama-tama harus menerbitkan utang sebelum menerbitkan saham. Ketika kapasitas perusahaan untuk menggunakan utang (*capacity borrowing*) sudah mencapai maksimal baru kemudian perusahaan mempertimbangkan menerbitkan saham. Di dalam praktiknya terdapat berbagai macam utang, teori *pecking order* secara tidak langsung juga menyatakan manajer perusahaan sebaiknya menerbitkan surat utang lebih dahulu sebelum menerbitkan surat utang yang bisa dikonservasikan, sehingga aturan kedua dari teori *pecking order* adalah perusahaan dapat menerbitkan surat utang yang aman. *Pecking order theory* menjelaskan bahwa atas perusahaan dihadapkan pada kesulitan untuk memperoleh pendanaan dengan biaya yang rasional. Masyarakat yang skeptis dengan pemikiran suatu saham adalah

*overvalued* jika manajer perusahaan menerbitkan jumlah saham lebih banyak, sehingga mengakibatkan harga saham akan mengalami penurunan. Kondisi tersebut mendorong manajer mengandalkan pendanaan dengan utang obligasi (utang jangka panjang). Hanya saja perusahaan hanya dapat menerbitkan lebih banyak utang sebelum biayanya melampaui biaya kesulitan keuangan atau biaya kebangkrutan.

Manajer perusahaan menyadari dan mengetahui bahwa perusahaan harus mendanai proyek investasinya yang menguntungkan di masa yang akan datang, perusahaan akan melakukan akumulasi kas pada saat ini. Perusahaan tidak didorong untuk masuk pasar modal misalnya dengan menjual saham ketika proyek investasi dimulai. Dengan bertambah besarnya Arus kas bebas (*free cash flow*) dapat mendorong manajer untuk melakukan aktivitas perusahaan yang tidak efisien (Sumiati & Nur Khusniyah Indrawati, 2019).

### **2.1.3 Nilai Perusahaan**

#### **1. Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah segala sesuatu yang dipikirkan investor mengenai sesuatu perusahaan. Menurut Siringo-ringo (2023) nilai perusahaan merupakan cerminan penilaian publik yang sebenarnya terhadap kinerja perusahaan, yang dapat diukur dengan harga saham pasar. Alasan mengapa substantif adalah bahwa pembentukan harga pasar merupakan pertemuan titik stabilitas permintaan dan kekuatan penawaran harga dari perdagangan efek riil antara penjual dan investor (penerbit) di pasar modal. Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat membawa kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi para pemegang saham jika harga saham perusahaan tersebut naik. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat tercermin dalam laporan keuangan perusahaan, khususnya laporan posisi keuangan perusahaan yang meliputi informasi keuangan masa lalu dan laporan laba rugi untuk mengevaluasi penilaian laba perusahaan dilakukan dari tahun ke tahun. Di sisi lain, ada yang berpendapat bahwa nilai perusahaan tidak hanya berasal dari laporan keuangannya, tetapi nilai perusahaan dinilai berdasarkan nilai sekarang aset yang dimiliki perusahaan dan nilai asetnya. investasi dalam aset perusahaan yang akan diterbitkan di masa depan. Nilai perusahaan juga mencerminkan kekayaan atau aset yang dimiliki oleh perusahaan (Putri dan Setiawan 2019). Nilai perusahaan tercermin dalam harga pasar saham. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat sehingga meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Jadi, semakin tinggi nilai bisnisnya, semakin besar pula kemakmuran yang dinikmati pemilik bisnis.

Nilai Perusahaan dapat diukur dengan indikator *price to book value* (PBV). Rasio harga saham terhadap kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PVB yang tinggi akan mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku perlembar saham. Semakin tinggi harga saham menandakan perusahaan semakin berhasil dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Keberhasilan perusahaan menciptakan nilai tersebut tentunya memberikan harapan kepada pemegang saham berupa keuntungan yang lebih besar pula. Secara sederhana *price to book value* (PBV) merupakan rasio pasar (*market ratio*) yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Kusumajaya, 2011). Tumangkeng dan Mildawati (2018) nilai perusahaan adalah pandangan pemegang saham mengenai tingkat keberhasilan

perusahaan yang sangat berhubungan dengan harga saham yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai lebih baik akan mempunyai harga saham yang lebih tinggi (Lukman & Tanuwijaya, 2020).

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

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

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. Faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan aset, keputusan pendanaan, dan kebijakan deviden.
  - a) Faktor internal pertumbuhan aset dapat mempengaruhi nilai perusahaan. karena dengan tinggi rendahnya profitabilitas pengeluaran investasi dapat memberikan signal yang positif maupun negatif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat berpengaruh pada harga saham dan juga akan berdampak pada nilai perusahaan.
  - b) Faktor internal keputusan pendanaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena tinggi rendahnya hutang dan ekuitas yang digunakan

dapat mempengaruhi harga saham dan harga saham mencerminkan nilai perusahaan. Utang dapat membantu perusahaan dalam peningkatan pertumbuhan aktiva perusahaan tersebut tetapi disisi lain utang yang terustumbuh tanpa pengendalian hanya akan menimbulkan risiko yang harus ditanggung perusahaan sehingga dapat memberatkan perusahaan yang mengakibatkan adanya penurunan harga saham sehingga, menurunnya harga saham menurunkan pula nilai perusahaan.

- c) Faktor internal kebijakan dividen jika perusahaan memutuskan akan meningkatkan pembagian dividen maka, harga saham akan meningkat sehingga nilai perusahaan akan meningkat dan sebaliknya sehingga kebijakan dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan dilihat dari keputusan perusahaan tersebut dalam melakukan kebijakan dividen.

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 risiko 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.

### 3. Indikator Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini, untuk mengukur nilai perusahaan memakai PBV (*Price to Book Value*). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, maka

pasar percaya bahwa prospek perusahaan tersebut baik kedepannya. PBV dapat menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu mewujudkan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan Rumus *Price to Book Value* (PBV) menurut Brigham dan Houston (2013):

$$\text{Price Book to Value (PBV)} = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham biasa}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

#### 2.1.4 Kebijakan Dividen

##### 1. Pengertian Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan salah satu kebijakan perusahaan yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan dengan baik. Menurut Widjanarko, W., & Safitri, N. (2020) Kebijakan dividen adalah keputusan perusahaan dalam mengalokasikan laba yang diperoleh untuk menentukan seberapa besar pembagian dana pada seluruh pemegang saham. Kebijakan dividen menentukan besarnya pembagian laba yang dapat dibagikan kepada para pemegang saham (dividen) dan pembagian laba yang dapat ditahan oleh perusahaan. Semakin tinggi laba ditahan, semakin rendah laba yang dibagikan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen adalah bagian integral dari keputusan keuangan perusahaan. Rasio pembayaran dividen menentukan jumlah pendapatan yang dapat dipertahankan dalam bisnis sebagai sumber pendanaan. Menyimpan sejumlah besar pendapatan saat ini dalam bisnis juga berarti lebih sedikit uang tunai untuk pembayaran dividen saat ini (Sejati *et al.*, 2020). Kebijakan dividen menjadi penting karena tidak hanya menyangkut kepentingan perusahaan tetapi juga kepentingan pemegang saham. Penentuan besarnya deviden yang akan dibagikan kepada pemegang saham akan menjadi sangat penting dan menjadi tugas manajer keuangan untuk menerapkan kebijakan deviden yang optimal. Kebijakan dividen yang optimal bagi perusahaan adalah

kebijakan yang dapat mencapai keseimbangan antara dividen saat ini dan pertumbuhan masa depan (Putra *et al.*, 2023).

## 2. Teori-Teori Kebijakan Dividen

Kebijakan deviden (*dividend policy*) adalah suatu keputusan untuk menentukan berapa besar bagian dari pendapatan perusahaan yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dan akan diinvestasikan kembali (*reinvestment*) atau ditahan (*retained*) di dalam perusahaan. Berdasarkan pengertian tersebut, kebijakan dividen didasarkan pada rentang pertimbangan atau kepentingan pemegang saham di satu sisi dan kepentingan perusahaan di sisi lain.

Menurut Kolb dalam Hidayati (2006), kebijakan dividen penting karena dua alasan yaitu:

- a. Pembayaran dividen akan memengaruhi harga saham.
- b. Pendapatan yang ditahan (*retained earning*) biasanya merupakan sumber modal sendiri yang terbesar dan terpenting untuk pertumbuhan perusahaan.

Kedua alasan tersebut merupakan dua sisi kepentingan yang agak kontroversial. Kedua kepentingan tersebut bisa terpenuhi, secara optimal manajemen perusahaan seharusnya memutuskan secara hati-hati dan teliti terhadap kebijakan dividen yang akan dipilih.

Beberapa teori yang digunakan sebagai landasan dalam menentukan kebijakan dividen untuk perusahaan, sehingga dapat dijadikan pemahaman mengapa suatu perusahaan mengambil kebijakan dividen tertentu. Teori-teori tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Dividend Irrelevance Theory*

Modigliani Miller dalam Sartono (1997) berpendapat bahwa di dalam kondisi

keputusan investasi yang given, pembayaran dividen tidak berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham. Lebih lanjut MM berpendapat bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh earning power dari asset perusahaan, dengan demikian nilai perusahaan ditentukan oleh keputusan investasi.

b) *Bird-in-the-Zand Theory*

Myro J.Gordon dan J.Lintner dalam Sartono (1997) mengemukakan bahwa pemegang saham lebih suka kalau earning dibagikan dalam bentuk dividen daripada ditahan (*retained earning*). Alasannya adalah bahwa pembayaran dividen merupakan penerimaan yang pasti dibandingkan dengan *capital gain*. Gordon- Lintner beranggapan bahwa investor memandang satu burung di tangan lebih berharga daripada seribu burung di angkasa. Pendapat ini diberinama *the-bird-in-the-hand fallacy* oleh Modigliani-Miller.

c) *Tax Preference Theory*

Kelompok ketiga berpendapat bahwa apabila dividen dikenai pajak atas capitalgain, maka investor akan meminta tingkat keuntungan yang lebih tinggi untuk saham dengan dividend yield yang tinggi. Kelompok ini menyarankan bahwa perusahaan lebih menentukan dividend yield yang rendah atau bahkan tidak membagikan dividen untuk meminimumkan biaya modal dan memaksimumkan nilai perusahaan.

### 3. Jenis-Jenis Kebijakan Dividen

Menurut Riyanto (1997) terdapat macam-macam kebijakan dividen yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

1) Kebijakan Dividen yang Stabil

Banyak perusahaan menjalankan kebijakan dividen yang stabil, artinya

jumlah dividen per lembar saham setiap tahunnya relatif tetap selama jangka waktu tertentu meskipun pendapatan per lembar saham per tahunnya berfluktuasi. Dividen yang stabil ini dipertahankan untuk beberapa tahun, kemudian apabila ternyata pendapatan perusahaan meningkat dan kenaikan pendapatan tersebut tampaknya stabil dan permanen maka besar dividen per lembar saham mungkin dinaikkan. Dividen yang sudah dinaikkan ini dipertahankan untuk jangka waktu yang relatif panjang.

2) **Kebijakan Dividen dengan Penetapan Jumlah Dividen Minimal Plus Jumlah Ekstra Tertentu**

Kebijakan ini menetapkan jumlah minimal dividen per lembar saham tiap tahunnya. Perusahaan akan membayarkan dividen ekstra di atas jumlah minimal tersebut jika keadaan keuangan perusahaan dalam keadaan yang lebih baik. Bagi pemodal ada kepastian menerima jumlah dividen yang minimal setiap tahunnya meskipun keadaan keuangan perusahaan memburuk. Namun, jika keadaan keuangan perusahaan baik maka pemodal akan menerima dividen minimal tersebut ditambah dengan dividen ekstra. Jika keadaan keuangan perusahaan memburuk kembali, maka yang dibagikan hanya dividen minimal saja.

3) **Kebijakan Dividen yang Fleksibel**

Perusahaan yang menjalankan kebijakan ini menetapkan bahwa besarnya dividen setiap tahun disesuaikan dengan posisi finansial dan kebijakan finansial dari perusahaan yang bersangkutan.

**4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen**

Menurut Musthafa (2017) faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen

diantaranya adalah:

1. Likuiditas dari perusahaan yang bersangkutan, karena kalau likuiditas perusahaan baik, dividen dapat dibagikan lebih besar, begitu pula sebaliknya apabila likuiditas perusahaan tidak baik, maka dividen bisa kecil atau bisa tidak dibagikan sebagai dividen tetapi ditahan oleh perusahaan disebut laba ditahan.
2. Keperluan dana melunasi utang, kalau perusahaan akan melunasi utangnya dengan segera, maka dividen bisa kecil atau laba ditahan, dan sebaliknya kalau perusahaan tidak segera melunasi utangnya atau tidak ada utang yang dibayar, maka dividen bisa dibayar cukup besar oleh perusahaan dari keuntungan yang diperoleh.
3. Tingkat investasi yang direncanakan, kalau perusahaan tahun berikutnya merencanakan investasi yang cukup besar, maka dividen tidak akan dibagi atau dividen kecil, sebaliknya kalau perusahaan tidak ada rencana untuk investasi pada tahun mendatang, maka dividen akan dibagikan lebih besar.
4. Pengawasan, kalau dilakukan pengawasan terhadap perusahaan sehubungan dengan ekspansi perusahaan, maka biasanya perusahaan itu akan menggunakan dananya dari laba perusahaan untuk ekspansi, sehingga kalau ini yang dilakukan maka ekspansi dan perusahaan memperoleh keuntungan, maka danakeuntungan itulah yang digunakan, sehingga dividen kecil atau dividen tidak dibayar.
5. Ketentuan dari pemerintah, biasanya ini dilakukan terhadap perusahaan milik pemerintah atau negara (BUMN). Kalau ditentukan lama harus ditahan, maka dividen tidak dibagikan atau dividen kecil, begitu pula sebaliknya.

## 5. Indikator Kebijakan Dividen

Rasio pembayaran dividen (*dividend payout ratio*) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kebijakan dividen. Dividend payout ratio merupakan rasio hasil perbandingan antara dividen dengan laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa. Secara sistematis, dividend payout ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Dividend Payout Ratio (DPR)} = \frac{\text{Dividen per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

### 2.1.5 Kebijakan Hutang

#### 1. Pengertian Kebijakan Hutang

Kebijakan hutang merupakan bentuk lain dari pembiayaan eksternal yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai operasinya. Perusahaan perlu melakukan fungsi perencanaan keuangan dan pembiayaan, yang akan menjadi salah satu peran di mana perusahaan beroperasi. Ukuran *debt ratio* dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka panjangnya. Manajemen akan menggunakan informasi dari neraca. Rasio hutang yang akan digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER), dimana rasio ini merupakan perbandingan antara total utang yang dimiliki perusahaan terhadap modal sendiri, atau ekuitas perusahaan. Rasio ini mengukur jumlah uang yang dihimpun perusahaan melalui hutang dimana rasio hutang terhadap ekuitas akan mengatakan jika rasio menunjukkan nilai yang tinggi maka itu buruk bagi perusahaan dan jika rasio menunjukkan nilai yang rendah berarti buruk bagi perusahaan. *Debt to Equity Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan menunjukkan sejauh mana nilai modal sendiri perusahaan digunakan untuk membayar hutang (Asiyah dan Khuzaini 2019). Kebijakan hutang secara sederhana dapat diartikan

sebagai keputusan manajemen untuk menentukan sumber pendanaan modal internal, yaitu: modal ditahan, modal sendiri atau melalui utang. Memenuhi kebutuhan pendanaan, pemegang saham lebih memilih membiayai perusahaan melalui utang karena dengan menggunakan utang, hak utangnya tidak berkurang. Manajemen perusahaan tidak menyukai hal ini karena risiko utangnya tinggi. Manajemen perusahaan cenderung memaksimalkan pengeluaran Perusahaan cenderung memanfaatkan hutang jika perusahaan memiliki laba ditahan yang terbatas, namun jika hutang terlalu besar dapat berdampak negatif bagi perusahaan, seperti kebangkrutan. Akibat efek ini, laba perusahaan dialokasikan ke laba ditahan untuk operasi perusahaan dan investasi masa depan, sehingga mengurangi penggunaan hutang, suatu kegiatan yang dilakukan untuk menghindari hutang yang tinggi pihak lain. Perilaku seperti itu juga dikenal sebagai pembatasan rasional (Kresna dan Ardini 2020).

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang**

Menurut Atmaja (2008), terdapat beberapa hal yang dianggap penting dan mempengaruhi dalam proses kebijakan hutang, antara lain yaitu sebagai berikut:

### **a. Struktur aktiva.**

Perusahaan yang memiliki aktiva yang dapat digunakan sebagai agunan hutang cenderung menggunakan hutang yang relatif lebih besar. Misalnya, perusahaan real estate cenderung menggunakan hutang yang lebih besar daripada perusahaan yang bergerak pada bidang riset teknologi.

### **b. Risiko bisnis.**

Perusahaan yang memiliki risiko bisnis tinggi cenderung kurang dapat menggunakan hutang yang besar (karena kreditor akan meminta biaya hutang

yang tinggi). Tinggi rendahnya risiko bisnis ini dapat dilihat dari stabilitas harga dan unit penjualan, stabilitas biaya, tinggi rendahnya *operating leverage*.

c. Tingkat pertumbuhan.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi pada umumnya lebih tergantung pada modal dari luar perusahaan. Pada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah kebutuhan modal baru relatif kecil sehingga dapat dipenuhi dari laba ditahan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi cenderung menggunakan hutang yang lebih besar daripada perusahaan dengan pertumbuhan rendah.

d. Pajak.

Biaya bunga adalah biaya yang dapat mengurangi pembayaran pajak, sedangkan pembayaran dividen tidak mengurangi pembayaran pajak oleh karena itu, semakin tinggi tingkat pajak perusahaan, semakin besar daya tarik penggunaan hutang.

e. Cadangan kapasitas peminjaman.

Penggunaan hutang akan meningkatkan risiko, sehingga biaya modal akan meningkat. Perusahaan harus mempertimbangkan suatu tingkat penggunaan hutang yang masih memberikan kemungkinan menambah hutang dimasa mendatang dengan biaya yang relatif rendah.

### 3. Jenis – Jenis Kebijakan Hutang

Menurut Manurung (2017), ada dua jenis hutang dalam Kebijakan Hutang, yaitu:

- 1) Utang Jangka Pendek Utang jangka pendek adalah hutang yang dibayar dalam

waktu satu tahun. Utang jangka pendek meliputi utang dagang, utang wesel, dan lain sebagainya.

- 2) Utang Jangka Pendek Utang jangka pendek adalah utang yang jangka waktu pembayarannya lebih dari satu tahun. Utang jangka panjang meliputi utang hipotek, utang obligasi dan lain sebagainya.

#### 4. Indikator Kebijakan Hutang

*Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang membandingkan jumlah Hutang terhadap ekuitas. Rasio ini digunakan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Semakin tinggi angka DER maka diasumsikan perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya. Para kreditor secara umum lebih menyukai rasio ini rendah, semakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham, dan semakin besar perlindungan bagi kreditor jika terjadi penyusutan nilai aktiva atau kerugian besar. Adapun rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

#### 2.1.6 Profitabilitas

##### 1. Pengertian Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah profitabilitasnya. Investor membeli saham dalam bisnis untuk mendapatkan pengembalian, yang meliputi dividen dan keuntungan modal. Semakin besar potensi keuntungan, semakin tinggi permintaan pengembalian investor, yang meningkatkan nilai perusahaan. *Return On Equity* (ROE) digunakan dalam

penelitian ini sebagai proksi profitabilitas sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan untuk menangani modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak dievaluasi dengan menggunakan rasio ini (Dwi Saputra 2020). Kemungkinan suatu perusahaan dalam keadaan sulit menurun seiring dengan meningkatnya ROE seiring dengan kuantitas laba yang dicapai perusahaan.

Dapat disimpulkan profitabilitas merupakan gambaran kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba. Hal ini ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan mengapa rasio profitabilitas sangat penting bagi perusahaan dikarenakan untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar betapa pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan (Ferawati 2020). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba.

## **2. Tujuan Dan Manfaat Profitabilitas**

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu, Kasmir (2017: 197):

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu

periode tertentu.

- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas yaitu, Kasmir (2017:198):

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas**

Beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan menurut Munawir, (2012) adalah sebagai berikut :

#### **a. Jenis Perusahaan**

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

b. 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.

c. Skala Perusahaan

Jika skala ekonominya lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan. Skala perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun.

d. Harga Produksi

Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan Perusahaan yang biaya produksinya relative lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

e. Produk yang Dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau modal Perusahaan.

Terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas, yaitu:

1) *Net Profit Margin* (NPM)

*Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam hal menghasilkan keuntungan bersih sesudah dipotong pajak (Alexandri, 2008:200). Tujuan penghitungan *Net Profit Margin* yaitu untuk mengatur tingkat keberhasilan keseluruhan bisnis dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi *Net Profit Margin*, itu menunjukkan bahwa perusahaan dapat menetapkan harga jual produknya dengan benar dan mampu mengendalikan biaya yang dikeluarkannya dengan baik.

2) *Operating Profit Margin* (OPM) atau *Returns on Sales* (ROS)

Merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan penjualan untuk menghasilkan laba operasi. Warren, *et al.* (2006) menjelaskan laba operasi (*operating income*) sering disebut dengan *income from operations*, ditentukan dengan mengurangi beban operasi dari laba kotor. *Operating Profit Margin* memperhitungkan seluruh komponen biaya yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Dalam *Operating Profit Margin* tidak diperhitungkan pajak penghasilan, maka dari itu laba operasi merupakan laba sebelum pajak yang diperoleh dari pengurangan pendapatan dengan seluruh komponen biaya.

3) *Gross Profit Margin* (GPM)

Menurut Munawir (2010:99) *Gross Profit Margin* adalah sebuah rasio atau perimbangan antara laba kotor (*gross profit*) yang didapat perusahaan dengan tingkat penjualan yang diraih pada periode yang sama. Semakin tinggi *Gross Profit Margin* menunjukkan perusahaan mampu menjalankan proses produksinya dengan efisien. Dikarenakan oleh harga pokok yang relatif

rendah apabila dibandingkan dengan tingkat penjualan. Berlaku juga sebaliknya apabila *Gross Profit Margin* rendah maka mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu untuk mengendalikan biaya produksi dan harga pokok penjualannya.

4) *Returns on Assets (ROA) atau Returns on Investment (ROI)*

Menurut Sawir (2005:18) *Return on Assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba). *Return on Assets* melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan (Fahmi, 2012:137), *Return on Asset* yang tinggi menunjukkan bahwa semakin baiknya kinerja perusahaan karena tingkat pengembalian aset semakin besar.

5) *Return on Equity (ROE)*

*Return on Equity* menurut Kasmir (2014:204) adalah untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan uang dari pemegang saham untuk memperoleh laba, menjalankan dan menumbuhkan perusahaan. Rasio *Return on Equity* ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri, apabila rasio ini semakin tinggi, maka semakin baik. Itu artinya posisi perusahaan akan semakin kuat, begitu pula dengan sebaliknya.

#### 4. Indikator Profitabilitas

Sartono (2015), menyatakan profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara yang digunakan sebagai penilaian secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat atas modal (ROE), menurut Sartono (2010),

indikator profitabilitas dengan menggunakan *return on equity*. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan rumus sebagai berikut menurut Kasmir (2015) :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain sebagai pedoman/acuan yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tentang pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu tersebut antara lain:

### 2.2.1 Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Huda (2023) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Hendryani dan Amin (2022) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-

2019, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Jesilia dan Purwaningsih (2020) mengenai “Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Diah (2022) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2023.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Machmuda (2018) mengenai “Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Property dan Real Estate” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015- 2018,

sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Komala (2022) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2022) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food Dan Beverages” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Pangaribuan *et al.*, (2019) mengenai “Pengaruh Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian sekarang

meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2023.

9. Penelitian yang dilakukan Rahmat & Rosadi (2021) Tentang pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
10. Penelitian yang dilakukan Maulida *et al.*, (2022) Tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
11. Penelitian yang dilakukan oleh Pambudi dan Ahmad (2022) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas. Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.2.2 Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Passar dan Lestari (2022) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 – 2019, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma dan Arifin (2022) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2023.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2020) mengenai “Pengaruh Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2023.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Sucipto dan Sudiyatno (2018) mengenai “Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan’ mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Utama dan Dana (2019) mengenai “Pengaruh Dividen, Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Property” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan property di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari *et al.*, (2021) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Suryandari (2021) mengenai “Faktor Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2018) mengenai “Pengaruh Tax

Avoidance, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2021, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Tambunan (2019) mengenai “Pengaruh Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI periode 2014-2018, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Adrianna, Syariefur dan Arsad Rosadi (2021) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **2.2.3 Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siti dan Ahalik (2020) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2023.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Tiasrini dan Utiyati (2020) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan perbankan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Cindy dan Ardini (2023) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makana dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa (2021) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu

meneliti perusahaan food and beverages yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2020, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Widyadnyani (2020) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Suryono (2019) mengenai “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Kolamban (2020) mengenai “Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” mendapatkan hasil penelitian bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2014-

2017, sedangkan penelitian sekarang meneliti sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

8. Penelitian yang dilakukan Kusnandar (2021) tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Risiko Kredit Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Sub Sektor Perbankan Periode 2009–2018) menunjukkan adanya kesesuaian model yang dipilih dengan menunjukkan hasil profitabilitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan risiko kredit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan efek moderasi ukuran perusahaan mampu menjadi moderator dari profitabilitas dan likuiditas terhadap hubungannya dengan nilai perusahaan, namun belum mampu memoderasi hubungan risiko kredit terhadap nilai perusahaan.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Aji (2018) tentang pengaruh "Struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *agriculture* yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015" mendapatkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
10. Penelitian yang dilakukan Karimah dan Azib (2021) tentang pengaruh profitabilitas dan risiko bisnis terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa secara simultan, profitabilitas (ROA dan ROE) dan risiko bisnis berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial, hanya variabel profitabilitas menggunakan model ROA dan risiko bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.