

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah bursa efek yang merupakan tempat terjadinya perdagangan instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen derivatif di Indonesia. BEI berperan sebagai lembaga yang mengatur dan mengawasi kegiatan perdagangan efek di Indonesia. Tujuan utama BEI adalah menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang diperlukan untuk memfasilitasi pertemuan antara penawar dan peminta efek, sehingga memungkinkan terjadinya transaksi jual-beli efek secara terorganisir, adil, dan efisien. BEI juga bertugas menyusun dan mengawasi penerapan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan perdagangan efek, serta memberikan informasi yang relevan kepada para peserta pasar.

Menurut Budisantoso dan Triandaru (2006:279), bursa efek (*stock exchange*) adalah suatu sistem yang terorganisasi yang mempertemukan penjual dan pembeli efek yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan menurut pasal 1 Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 pasal 1 ayat 4, Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara Perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham

di perdagangkan di pasar. Investor akan memilih berinvestasi pada perusahaan dengan nilai perusahaan yang maksimal karena nilai perusahaan yang maksimal dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Untuk mengukur nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menghitung *price to book value* (PBV) yaitu dengan membagi harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham.

Suatu keputusan penting yang dihadapi oleh manager keuangan dalam kaitannya untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara memaksimalkan profit atau pendapatan dengan memperhatikan faktor risiko yang ada. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas (Antoro et al., 2020). Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi target yang telah ditetapkan dan rancang sebelumnya, sehingga untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan akan menggunakan rasio profitabilitas. Dewi dan Wirajaya (2013) mendefinisikan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Dengan meningkatnya kemampuan perusahaan, maka akan menarik investor dan dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik pula karena bagaimana nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Fajaria, 2018). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menghitung *return on assets* (ROA) dengan membagi jumlah laba bersih yang dihasilkan perusahaan dengan total nilai aset.

Perusahaan juga perlu memperhatikan kemampuan dalam membayar seluruh atau sebagian kewajibannya yang sudah akan jatuh tempo. Rasio likuiditas merupakan rasio yang berfungsi untuk melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban perusahaan yang telah jatuh tempo, baik kewajiban

pada pihak di luar perusahaan dan di dalam perusahaan. Untuk melakukan pemenuhan kewajiban jangka pendek perusahaan yang akan jatuh tempo maka perusahaan harus memiliki kas yang tersedia atau aset kas lancar yang lain yang dapat diubah menjadi kas sesegera mungkin (Husna & Satria, 2019). Likuiditas tinggi yang dimiliki perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal terhadap suatu perusahaan (Sukmawardini & Ardiansari, 2018). Pada umumnya investor akan merasa senang pada perusahaan yang tergolong perusahaan likuid karena menunjukkan sedikitnya masalah keuangan yang terjadi. Rasio likuiditas dapat diukur dengan menghitung *current ratio* (CR) yaitu dengan membagi aset lancar dengan liabilitas jangka pendek atau utang lancar.

Seluruh dana berupa total aset yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi pendanaan perusahaan dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Menurut Hidayati (2010), bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Total aset yang besar memudahkan perusahaan dalam masalah pendanaan kebutuhan perusahaan. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh calon investor. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menghitung *logaritma natural* dari total aset perusahaan.

Salah satu sektor perusahaan yang ada di Indonesia yang terus berkembang pesat dalam bidang salah satunya sektor industri barang konsumen atau "*consumer goods industry*", merujuk pada bagian dari perekonomian yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang-barang yang langsung

dikonsumsi oleh konsumen akhir untuk keperluan pribadi atau rumah tangga. Ini mencakup berbagai jenis barang, mulai dari makanan dan minuman, pakaian, peralatan rumah tangga, Industri barang konsumen berperan penting dalam perekonomian karena memenuhi kebutuhan dasar dan keinginan konsumen serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia di laman idx.co.id, diperoleh data rasio profitabilitas, rasio likuiditas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada 40 perusahaan yang terdaftar dalam sektor *consumer goods industry* periode 2019-2022, yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Rasio Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*

Tahun	ROA	CR	Nilai Perusahaan	PBV
2019	0,0924	2,7904	14,5930	4,5258
2020	0,0600	2,9025	14,6768	3,8470
2021	0,0529	2,3808	14,8459	2,9774
2022	0,0538	2,6028	14,8924	3,1015

Sumber: www.idx.co.id (2024)

Berdasarkan data pada tabel, terlihat pada kolom PBV (*Price to Book Value*) yang mengukur nilai perusahaan, terlihat adanya tren penurunan dalam nilai perusahaan di *consumer goods industry* dari tahun 2019 hingga 2021, diikuti dengan kenaikan pada tahun 2022. Pada tahun 2019, PBV untuk 40 perusahaan yang terdaftar di sektor *consumer goods industry* berada di angka 4,5258. Namun, di tahun 2020, PBV turun menjadi 3,8470 yang mungkin disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19 dan ketidakpastian ekonomi. Tren penurunan ini berlanjut di

tahun 2021, di mana PBV menurun lebih jauh menjadi 2,9774. Namun, pada tahun 2022, PBV mengalami sedikit kenaikan menjadi 3,1015.

Merujuk pada data tabel di atas, tampak juga pada kolom *ROA (Return on Assets)* dari 40 perusahaan *consumer goods industry* dalam kurun waktu 2019 hingga 2022 menunjukkan tren penurunan. Berdasarkan data yang tersebut, ROA pada tahun 2019 tercatat sebesar 0,0924. Namun, pada tahun 2020, terjadi penurunan menjadi 0,0600, yang kemungkinan besar disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Penurunan ini terjadi pula di tahun 2021, di mana ROA turun menjadi 0,0529. Pada tahun 2022, meskipun ada sedikit kenaikan ke 0,0538, nilai ROA ini masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2019.

Berdasarkan tabel di atas, pada kolom *CR (Current Ratio)* tampak bahwa rasio likuiditas dari 40 perusahaan di *consumer goods industry* menunjukkan terjadinya fluktuasi dari tahun 2019 hingga 2022. Terjadinya fluktuasi menunjukkan bahwa terjadi ketidakstabilan dalam pengelolaan likuiditas perusahaan. Pada tahun 2019, CR berada di angka 2,7904, yang menunjukkan posisi likuiditas yang cukup kuat. Pada tahun 2020, CR meningkat menjadi 2,9025, meskipun terjadi pandemi COVID-19. Namun, pada tahun 2021, terjadi penurunan CR menjadi 2,3808. Pada tahun 2022, terjadi sedikit peningkatan CR menjadi 2,6028. Namun, meskipun ada peningkatan, rasio ini tetap lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2019 dan 2020.

Berdasarkan data yang tampak dari tabel di atas, tampak pada rata-rata perhitungan logaritma natural aset perusahaan, menunjukkan perbedaan dari rasio yang lain, dimana terlihat bahwa terjadi pertumbuhan pada ukuran perusahaan dalam *consumer goods industry* dari tahun 2019 hingga 2022. Pada tahun 2019,

logaritma natural dari aset perusahaan menunjukkan nilai 14,5930. Angka ini meningkat secara bertahap pada tahun 2020 menjadi 14,6768, menunjukkan adanya penambahan aset meskipun pandemi COVID-19. Pada tahun 2021, ukuran perusahaan kembali meningkat menjadi 14,8459, dan tren pertumbuhan ini terus berlanjut pada tahun 2022 dengan sedikit peningkatan menjadi 14,8924.

Melakukan penelitian di perusahaan *consumer goods industry* adalah penting karena sektor ini merupakan sektor yang sangat penting bagi suatu negara, terutama Indonesia, yang memproduksi barang-barang yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Sektor *consumer goods industry* digolongkan ke dalam lima sub sektor, yaitu industri makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan perlengkapan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. Industri ini juga merupakan sektor yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi, sehingga kinerja perusahaan dituntut selalu prima. Penelitian di perusahaan *consumer goods industry* dapat membantu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik yang sama untuk menambah wawasan mengenai penyusunan skripsi. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan atau informasi mengenai pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan Firm Size terhadap nilai perusahaan, yang bisa menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi Perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriyanti (2023), Putri dan Sunarto (2022), Yohana, et al. (2021), Susesti dan Wahyuningtyas (2022) serta penelitian dari Ali, et al. (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun disisi lain, penelitian dari Hidayat dan Khotimah

(2022), Silvia dan Dewi (2022) dan penelitian dari Dharmaputra, et al. (2022) memperlihatkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) yang diperoleh dapat memberikan alasan untuk meneliti kembali pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Hambali (2021), Dewi, et al. (2023), Wiliam dan Tanusdjaja (2023), Iman, et al. (2021) dan penelitian dari Dewi dan Agustin (2019) mengemukakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi kondisi berbeda diperoleh dari penelitian dari Natalia dan Jonnardi (2022), Taniman dan Jonnardi (2020) dan penelitian dari Silvia dan Dewi (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dari hasil penelitian terdahulu (*research gap*) yang diperoleh dapat memberikan alasan kepada peneliti untuk meneliti kembali pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini.

Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah (2022), Taniman dan Jonnardi (2020), Ginting, et al. (2022), Nurmansyah, et al. (2023) dan penelitian dari Susesti dan Wahyuningtyas (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, kondisi berbeda diperoleh dari penelitian Khotimah, et al. (2020), Savitri, et al. (2021) dan penelitian dari Antari, et al. (2022) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dari hasil penelitian terdahulu (*research gap*) yang diperoleh dapat memberikan alasan bagi peneliti untuk meneliti kembali pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini.

Berdasarkan landasan teori dan *research gap*, peneliti akan mengkaji bagaimana pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor *Consumer Good Industry* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*?
2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*?

UNMAS DENPASAR

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*.

3. Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*.

1.4 Manfaat Penelitian

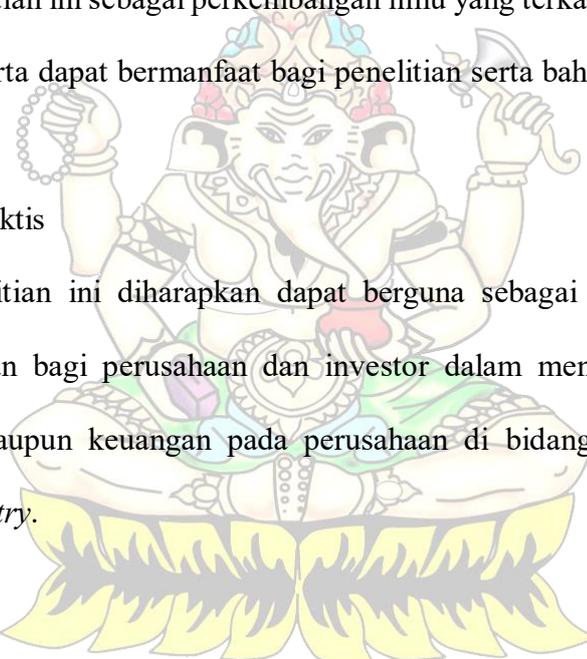
Manfaat yang ingin diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini sebagai perkembangan ilmu yang terkait dapat menambah wawasan serta dapat bermanfaat bagi penelitian serta bahan kajian referensi penelitian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan kajian dan pertimbangan bagi perusahaan dan investor dalam mengambil keputusan investasi maupun keuangan pada perusahaan di bidang sektor *consumer goods industry*.



UNMAS DENPASAR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori adalah rangkaian logika atau penalaran yang terdiri dari konsep, definisi, dan proposisi yang diorganisir secara sistematis (Sugiono, 2019). Teori ini berfungsi sebagai kerangka berpikir ilmiah untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti.

2.1.1 *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Signaling theory merupakan sinyal yang menggambarkan kondisi perusahaan kepada investor sebagai rasa tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan (Lanawati dan Amilin 2015). Agar sinyal yang diberikan efektif maka harus dapat ditangkap oleh pasar dan dipersepsikan baik dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain yang berkualitas buruk (Paramita 2012). Perusahaan pasti akan menghasilkan baik keuntungan atau kerugian, keuntungan dan kerugian ini akan menjadi berita di pasar modal, dimana keuntungan akan menjadi berita baik yang akan memberikan sinyal positif yang bisa menarik investor dan begitu pula sebaliknya (Ratih dan Damayanthi 2016). Paramita (2012) menyatakan, informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajemen, sedangkan investor tidak mengetahui informasi tersebut membuat adanya informasi yang tidak simetris (*asymmetric information*) antara manajemen dan investor. (Bringham dan Houston,2014). *Signaling theory* memberikan dorongan kepada perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut timbul akibat dari asimetri informasi antara pihak manajemen terhadap pihak eksternal. Informasi yang telah disampaikan oleh

perusahaan dan diterima oleh investor, akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk) (Jogiyanto, 2010).

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah tujuan normative dari manajemen keuangan (Husnan dan Pudjiastuti, 2010). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2010). Nilai perusahaan merupakan nilai yang dijadikan persepsi oleh para investor terhadap suatu perusahaan karena tinggi rendahnya atau bagaimana nilai perusahaan akan mempengaruhi kesejahteraan pemegang saham suatu perusahaan (Tumanggor *et al.*, 2019). Chandra (2007) memberikan pengertian nilai perusahaan (*value of the firm*) adalah ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan operasi bisnis di masa lalu dan prospek bisnis di masa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham.

Pada umumnya nilai perusahaan merupakan suatu hal yang sangat berarti dalam industri. Perihal tersebut sebab nilai perusahaan pengaruh seorang investor buat melaksanakan penanaman modal pada industri tersebut. Tidak hanya itu nilai industri dikatakan sangat berarti sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi hendak diiringi oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham hingga semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi jadi kemauan para owner industri, karena dengan nilai yang tinggi meyakinkan kemakmuran pemegang saham yang juga akan bertambah. Kekayaan pemegang saham serta industri digambarkan oleh harga pasar serta saham yang merupakan gambaran keputusan investasi, pendanaan serta manajemen asset.

Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *price to book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) merupakan sebuah rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja pasar saham terhadap nilai bukunya. Menurut Fahmi (2019) rumus dari *price to book value* (PBV) yaitu sebagai berikut.

$$\text{Price Book Value Rasio (PBV)} = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Adapun rumus untuk menghitung nilai buku per lembar saham, yaitu sebagai berikut.

$$\text{Nilai buku per lembar saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Tingginya harga saham akan meningkatkan juga nilai perusahaannya dan kemakmuran investor akan semakin tinggi. Rendahnya harga saham juga berpengaruh pada nilai perusahaan yang rendah juga yang berakibat pada anggapan investor terhadap perusahaan yang kurang baik (Agustina 2017).

2.1.3 Rasio Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2010:122) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan. Bringham dan Houston (2009) mendefinisikan Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Pengetahuan tentang laba yang diperoleh perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan yang dipublikasi. Rasio hutang leverage berguna untuk mengetahui informasi sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang dan memenuhi segala kebutuhannya dengan dana tersebut (Sutama & Lisa, 2018). Hal ini kemudian dijadikan efektifitas pengguna hutang pada perusahaan sangatlah penting.

Pada penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan return on assets (ROA). Return on assets (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Return on assets (ROA) dapat diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.4 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menurut Kasmir (2013:65) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan industri untuk menuntaskan kewajiban jangka pendeknya (kurang dari satu tahun). Industri yang memiliki kemampuan buat membayar kewajiban jangka pendeknya disebut industri yang likuid, demikian juga kebalikannya industri yang tidak memiliki kemampuan buat membayar kewajiban jangka pendeknya disebut industri yang likuid.

Sebagian tipe rasio yang tercantum dalam rasio likuiditas ialah rasio lancar (*current ratio*), rasio cepat (*quick ratio*) serta rasio kas (*cash ratio*). Fahmi (2015:65), rasio likuiditas adalah kemampuan sesuatu industri untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat. Semakin besar *current ratio*, *quick ratio*, *networking ratio* serta *cash flow likuidity ratio* hingga membuktikan semakin besar kemampuan industri dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Pada Sugiyanto & Setiawan (2019), tingginya likuiditas perusahaan dapat mencerminkan perusahaan memiliki kredibilitas yang baik. Ukuran perusahaan diamati dari jumlah atau total aset yang perusahaan miliki guna mendukung kegiatan operasional perusahaan. Jika jumlah dari aset perusahaan besar, perusahaan dinilai lebih kuat bertahan dalam bersaing di pasar modal (Gultom, *et al.*, 2013). Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam hal memenuhi kewajiban jangka pendek sesuai dengan jatuh temponya.

Pada penelitian ini, likuiditas diproksikan dengan current ratio (CR) (Esmi & Ayu, 2022). Current ratio (CR) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang ada. Menurut Hamidah (2019:49), berikut ini merupakan rumus dari *current ratio* (CR) yaitu sebagai berikut.

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Hery (2017) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, yang dapat diukur dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan rata-rata total aset. Semakin besar total

aset perusahaan maka manajemen dapat lebih fleksibel dalam menggunakan aset perusahaan yang ada untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan. Dari perspektif manajemen, kemudahan pengendalian perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena semakin besar perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan internal dan eksternal.

Ukuran perusahaan yang besar dan berkembang dapat mencerminkan tingkat profitabilitas dimasa yang akan mendatang, kemudahan pembiayaan ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan memberikan informasi yang baik bagi calon investor (Chasanah, 2018). Apabila suatu perusahaan memiliki ukuran yang besar maka dapat mendatangkan keuntungan yang besar. Begitu sebaliknya, apabila suatu perusahaan memiliki ukuran yang kecil maka keuntungan yang diperoleh dari aktivitas operasionalnya juga kecil. Adapun rumus perhitungan Ukuran Perusahaan adalah sebagai berikut.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural (Total Aset)}$$

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun hasil penelitian sebelumnya yang relevan terhadap penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

- 1 Muh. Alvianto & Hendri S., 2020. Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor pertanian yang Terdaftar di BEI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial Penelitian ini

menggunakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Apalagi populasinya adalah perusahaan konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2016-2020. Selain itu, teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang diberikan. Sejalan dengan itu, ada 7 perusahaan dengan jumlah sampel 35. Selain itu, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 23. Hasil penelitian menyimpulkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, struktur modal serta ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 2 NK Indrayani, IDM Endiana, *et al.*, 2021. Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Good Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Populasi penelitian ini adalah perusahaan sektor Consumer Good Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Sampel dalam penelitian ini yang ditentukan dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.