

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha dan merupakan tempat untuk berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan kewirausahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan umumnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan perolehan laba setiap periode dengan menggunakan sumber daya yang ada secara efektif. Adapun tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan meningkatkan nilai perusahaan (Oktaviarni, 2019).

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan tercermin melalui harga saham perusahaan (Saputri dan Giovanni, 2021). Semakin tinggi harga saham dapat diartikan semakin meningkat pula kemakmuran pemegang saham. Perusahaan harus dapat secara konsisten meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang dapat mempertahankan konsistensi dalam meningkatkan nilai perusahaan berarti dinilai menarik oleh investor sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Jenis perusahaan yang ada di Indonesia sangatlah beragam, salah satunya adalah perusahaan sektor properti dan *real estate* yang menjual unit rumah, unit gedung dan juga lahan. Sektor industri properti dan *real estate* merupakan sektor dengan karakteristik yang sulit untuk diprediksi dan berisiko tinggi. Sulit diprediksi di sini, artinya pasang surut sektor ini memiliki *amplitude* yang besar, yaitu pada

saat terjadi pertumbuhan ekonomi yang tinggi, industri properti dan *real estate* mengalami *booming* dan cenderung *over supplied*. Namun, sebaliknya, pada saat pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan, secara cepat sektor ini akan mengalami penurunan yang cukup drastis pula (Tauke, 2017).

Fenomena ini terlihat jelas dalam beberapa tahun terakhir di mana harga rumah terus mengalami kenaikan yang signifikan. Berdasarkan data dari Survei Hasil Properti Residensial (SHPR) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, harga rumah primer mengalami kenaikan sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Kenaikan Harga Rumah Kuartal IV tahun 2023**

Tahun	Kenaikan Harga Rumah Kuartal IV (YoY)/Indeks Harga Properti Residensial Kuartal IV (YoY)
2019	1,77%
2020	1,43%
2021	1,47%
2022	2%
2023	1,74%

Sumber: Survei Harga Properti Residensial Bank Indonesia

Mengacu pada SHPR BI tersebut, diketahui Indeks Harga Properti Residensial pada kuartal IV-2019, harga rumah naik 1,77% secara tahunan atau *year on year* (YoY). Lalu, pada kuartal IV-2020 harga rumah naik 1,43% YoY. Pada kuartal IV-2021 naik 1,47% YoY, pada kuartal IV-2022 naik 2% YoY, dan pada kuartal IV-2023 naik 1,74% YoY. Kenaikan harga ini lebih tajam di kota-kota besar seperti yang disampaikan oleh pengamat perbankan Arianto Muditomo di mana kenaikan harga rumah dapat mencapai rata-rata 10-20% per tahun. Namun, kenaikan harga rumah ini tidak sebanding dengan pertumbuhan upah yang relatif rendah dalam beberapa tahun terakhir.

Data dari Kementerian Ketenagakerjaan menunjukkan bahwa rata-rata Upah Minimum Provinsi (UMP) secara nasional mengalami kenaikan. Pada tahun 2020, rata-rata upah minimum provinsi (UPM) secara nasional adalah Rp 2.672.374 dari sebelumnya Rp 2.455.662 atau naik sekitar 8,8%. Lalu, pada 2021 juga mengalami kenaikan UPM secara nasional dengan rata-rata Rp 2.687.371 dari sebelumnya Rp 2.672.371 atau naik sekitar 0,5%. Lalu, pada 2022 rata-rata UPM Indonesia Rp 2.725.504 naik dari sebelumnya Rp 2.687.371 atau naik sekitar 1,4%. Pada 2023, rata-rata UPM Indonesia Rp 2.923.309 dari sebelumnya Rp 2.725.504 atau naik sekitar 7,2%.

Kesenjangan antara kenaikan harga rumah dan kenaikan UMP ini menjadi perhatian, karena dapat menghambat daya beli masyarakat terhadap properti. Penjualan rumah primer juga menunjukkan tanda perlambatan di mana penjualan pada kuartal IV-2023 hanya naik sebesar 3,37%, lebih rendah dibandingkan dengan kenaikan 4,54% pada kuartal IV-2022. Situasi ini semakin diperparah dengan kebijakan Bank Indonesia yang menaikkan suku bunga acuan menjadi 6,25% yang berdampak pada kenaikan cicilan rumah dengan bunga *floating*, sehingga membuat akses kepemilikan rumah semakin sulit bagi masyarakat. Fluktuasi ini mencerminkan ketidakpastian di sektor properti, meskipun tren positif terlihat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan harga properti dan kinerja perusahaan di sektor ini sangat mempengaruhi keputusan investasi di pasar modal, terutama bagi investor yang berfokus pada jangka panjang.

Banyaknya perusahaan yang berkembang di berbagai industri, termasuk properti dan *real estate*, menambah ketatnya persaingan di pasar. Perusahaan, baik di bidang jasa maupun perdagangan, berlomba-lomba untuk menunjukkan nilai

terbaik mereka guna menarik minat investor. Nilai perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai pasar perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan investor apakah mereka akan menanamkan modal atau menarik investasi mereka. Persaingan ketat ini membuat manajemen perusahaan berfokus pada peningkatan kinerja dan nilai perusahaan untuk menarik investor yang tepat.

Berinvestasi di pasar modal, termasuk sektor properti dan *real estate*, memerlukan pertimbangan matang karena salah keputusan bisa berujung pada kerugian. Sektor properti dan *real estate* di Indonesia menunjukkan potensi besar untuk berkembang dan terus menjadi perhatian utama di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor ini, sebagai salah satu sub-sektor perusahaan jasa, telah menarik banyak perusahaan untuk *go public*, sehingga mempermudah penjualan saham kepada publik dan membuka peluang bagi investor yang tertarik dengan prospek jangka panjang sektor ini. Dalam konteks ini, beberapa faktor utama yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu, likuiditas, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajerial, dan ukuran perusahaan.

Likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo (Iman, *et al.*, 2021). Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan peranan penting dalam kesuksesan perusahaan. Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Manajer suatu perusahaan perlu menjaga tingkat likuiditas karena apabila likuiditas baik maka perusahaan akan efektif dalam menghasilkan laba yang nantinya akan berdampak pada nilai perusahaan.

Perusahaan dikatakan likuid apabila suatu perusahaan memiliki dana lancar yang lebih besar dari pada utang lancarnya sehingga dapat menandakan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan sehat yang nantinya juga dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata para investor (Saputri dan Giovanni, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Andayani (2022), Iman, *et al.*, (2021), Mahanani dan Kartika (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati dan Vitaningrum (2021) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Farizki, *et al.*, (2021), Saputri dan Giovanni (2021), Utami dan Widati (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu (Hery, 2017). Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi pula. Tingginya rasio profitabilitas tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang investor yang ingin menginvestasikan uangnya pada suatu perusahaan. Semakin tinggi minat para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tentunya akan meningkatkan harga saham perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati dan Vitaningrum (2021), Saputri dan Giovanni (2021), Iman, *et al.*, (2021), Anisa, *et al.*, (2022), Aziz dan Widati (2023), Anggita dan Andayani (2022), Triputra, *et al.*, (2023) dan Nugroho, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahanani dan

Kartika (2022), Dwicahyani, *et al.*, (2022), Farizki, *et al.*, (2021), Hidayat dan Khotimah (2022), Utami dan Widati (2022) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wahidahwati (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi guna memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham (Himawan, 2020). Tujuan perusahaan menggunakan hutang jangka panjang adalah agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian juga akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan.

Nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Dewantari, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wahidahwati (2021), Aziz dan Widati (2023), Anggita dan Andayani (2022), Triputra, *et al.*, (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Yuniningsih (2022), Farizki, *et al.*, (2021), dan Dwicahyani, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anisa *et al.*, (2022) dan Nugroho, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial merupakan kondisi di mana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut juga sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Nissa, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Yuniningsih (2022), Utami dan Widati (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dwicahyani *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Triputra, *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah cerminan total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan perusahaan dalam pertumbuhan yang baik (Hertina, 2019). Ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal untuk menarik investor dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Yuniastri, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Andayani (2022), Hidayat dan Khotimah (2022), Aziz dan Widati (2023), Sari dan Wahidahwati (2021), Mahanani dan Kartika (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, *et al.*, (2022), Dwicahyani, *et al.*, (2022), Farizki, *et al.*, (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang tidak konsisten terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada latar belakang, menjadi motivasi bagi penulis untuk melakukan penelitian kembali dengan mengambil judul **“Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di susun beberapa rumusan masalah, yaitu:

- 1) Apakah likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023?
- 2) Apakah profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023?
- 3) Apakah *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023?
- 4) Apakah kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023?
- 5) Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023.

- 2) Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023.
- 3) Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI Periode 2021-2023.
- 4) Menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023.
- 5) Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* di BEI periode 2021-2023.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain:

##### 1) Manfaat Teoritis

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

##### 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan bahan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal adalah sebuah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Dewi dan Ekadjaja, 2020). Menurut Jogiyanto (2021), *signalling theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

*Signaling Theory* merupakan teori yang berkaitan dengan pandangan investor dalam mengkaji dan menganalisis prospek atau kinerja suatu perusahaan yang akan dipilih guna menanamkan dananya. Teori ini menyimpulkan bahwa investor akan membedakan perusahaan-perusahaan mana saja yang kemungkinan memiliki nilai yang tinggi dan nilai yang rendah (Himawan, 2020). Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi 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 cara mengurangi informasi asimetri dan salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri dengan memberikan sinyal pada pihak luar (Sucipto dan Sudiyatno, 2018).

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi signal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi signal negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

### 2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan adalah sebuah konsep yang menjelaskan hubungan kontekstual antara *principal* dan agen (Jensen dan Meckling, 1976). Yang dimaksud *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan agen adalah orang yang diberi kuasa oleh *principal* yaitu manajemen yang mengelola perusahaan. Adanya pemisahan kepemilikan oleh *principal* dan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan. Konflik yang terjadi dalam teori agensi disebabkan adanya asimetri informasi (Trisnawati, 2020).

Masalah agensi atau *agency problem* dapat terjadi ketika manajemen perusahaan sebagai agen tidak bertindak sesuai dengan kepentingan pihak utama,

karena terkadang keputusan yang diambil oleh manajemen sebagai agen malah dapat merugikan pemilik atau pemegang saham sebagai pihak utama. Manajemen memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas tugas yang telah diberikan oleh pemilik perusahaan. Dalam kerangka teori keagenan, manajemen dipercayai oleh pemilik perusahaan untuk menjaga keseimbangan harga saham agar nilai perusahaan tetap terjaga, serta untuk membuat keputusan yang bijak (Setyadi dan Iskak, 2020). Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang teori keagenan, dapat lebih terbuka jalan untuk mengatasi masalah agensi dan menjaga hubungan yang sehat antara manajer dan pemegang saham.

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki peran penting dalam pandangan investor, sebab ini mencerminkan bagaimana pandangan pasar terhadap perusahaan secara keseluruhan (Ristianti, 2021). Nilai perusahaan menurut Indrarini (2019) merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan akan terlihat dari harga sahamnya.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *price to book value* (PBV). Rasio PBV sering digunakan untuk menentukan nilai perusahaan dan mengambil keputusan investasi dengan cara membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku perusahaan (Mandey, 2017). Adapun yang dimaksud dengan nilai buku adalah perbandingan antara modal dengan jumlah saham yang beredar. Berdasarkan nilai bukunya, PBV menunjukkan seberapa besar suatu

perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Berdasarkan rasio PBV, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV diatas satu yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan (Pras, 2021).

Menurut Himawan (2020) PBV memiliki beberapa keunggulan antara lain:

- 1) Nilai buku memiliki ukuran intuitif yang relatif stabil jika dibandingkan dengan harga pasar. Para investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow*, akan memilih menggunakan *price book value* sebagai dasar untuk perbandingan.
- 2) Nilai buku merupakan standar akuntansi yang lebih konsisten bagi semua perusahaan. PBV dapat dibandingkan antara perusahaan-perusahaan yang memiliki kesamaan sebagai petunjuk adanya *under* atau *overvaluation*.
- 3) Perusahaan-perusahaan yang memiliki *earnings* negatif yang tidak dapat dinilai dengan menggunakan *price earnings ratio* (PER) akan tetapi dapat dievaluasi dengan menggunakan *price book value ratio* (PBV).

#### 2.1.4 Likuiditas

Rasio likuiditas mencerminkan sejauh mana perusahaan bisa memenuhi kewajiban jangka pendeknya, khususnya utang yang sudah jatuh tempo (Kasmir, 2019:128). Dalam kata lain, ketika perusahaan dihadapkan pada tagihan, perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar utang tersebut. Tingkat likuiditas dipengaruhi oleh arus kas perusahaan dan komponen aset lancar dan kewajiban lancarnya. Ini mencakup kemampuan perusahaan untuk mengubah aset lancar tertentu menjadi uang tunai guna melunasi kewajiban lancarnya, seperti melalui penagihan piutang atau penjualan persediaan, yang pada gilirannya akan

menghasilkan dana kas bagi perusahaan (Prabowo dan Sutanto, 2019).

Secara umum, likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas menjadi salah satu alat ukur mengetahui aktivitas perusahaan karena likuiditas yang rendah akan berakibat sulitnya perusahaan dalam melunasi kewajiban, terutama kewajiban jangka pendek. Akibatnya, secara perlahan aktivitas perusahaan mengalami kemacetan atau stagnasi. Dengan demikian, likuiditas perusahaan menjadi pedoman para manajer dalam mengambil kebijakan pembelanjaan sekaligus informasi para investor mengenai kemampuan keuangan perusahaan memenuhi utang jangka pendek (Andriani dan Rudianto, 2019).

Rasio likuiditas terdiri dari rasio lancar (*current ratio*), rasio kas (*cash ratio*) dan rasio cair (*quick ratio*). Rasio yang digunakan pada penelitian ini adalah rasio lancar (*current ratio*), yang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara aset lancar dan utang lancar. Dengan kata lain, *current ratio* mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar. Semakin tinggi perbandingan antara aset lancar dan utang lancar, semakin besar kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Perhitungan *current ratio* dilakukan dengan membandingkan total aset lancar dengan total utang lancar.

### **2.1.5 Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2019:198), profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan

rasio ini menunjukkan efisien perusahaan. Menurut Mustofa (2021), profitabilitas adalah hasil dari berbagai keputusan dan kebijakan yang dijalankan oleh perusahaan, digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba.

Rasio profitabilitas yang tinggi merupakan keinginan semua perusahaan, jika tingkat profitabilitas terus meningkat hal ini mengartikan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang bagus sehingga menciptakan pemikiran positif dari para investor yang mengakibatkan harga saham akan naik karena permintaannya naik (Yanti, 2019). Tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manager untuk memberikan informasi yang lebih terperinci, sebab mereka ingin meyakinkan para investor bahwa perusahaan mampu menghasilkan profitabilitas yang baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan kompensasi terhadap manajemen.

Profitabilitas memiliki peran yang sangat penting dalam semua sisi aspek bisnis yang ada di perusahaan karena profitabilitas menunjukkan bagaimana perusahaan melakukan kegiatannya secara efektif dan efisien serta mencerminkan kinerja perusahaan. Tujuan investor dalam menginvestasikan modalnya ke perusahaan yakni untuk mendapatkan *return*, di mana semakin tinggi perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba maka semakin tinggi pula *return* yang akan diperoleh investor sehingga akan berdampak kepada meningkatnya nilai perusahaan dan memakmurkan para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Nugraha, 2020). Kinerja perusahaan yang baik akan mampu membawa perusahaan mendapatkan keuntungan dalam bisnisnya dan profit perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Kasmir (2019:201) jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut:

1) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

*Return on Assets* adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menetapkan laba bersih. Jadi rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian aset semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya semakin rendah hasil pengembalian aset semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

*Return on Equity* digunakan untuk mengukur *rate of return* (tingkat imbalan hasil) ekuitas. Jadi rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas, akan semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam ekuitas.

3) Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

*Gross profit margin* merupakan rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan

untuk memproduksi secara efisien. *Gross profit margin* menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Semakin tinggi *gross profit margin* berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor maka semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya harga jual atau tingginya harga pokok penjualan.

4) Margin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

*Operating profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. *Operating profit margin* mencerminkan kemampuan manajemen mengubah aktivitasnya menjadi laba. Semakin tinggi *operating profit margin* berarti semakin tinggi pula operasional yang dihasilkan dari penjualan sehingga mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menekan biaya operasi.

5) Margin laba bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antar laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih atas penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih maka semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan, sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih maka semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

### 2.1.6. *Leverage*

*Leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan kepada perusahaan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Penggunaan hutang yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menggunakan dana pinjaman untuk menggerakkan kegiatan operasional (Aziz dan Widati, 2023). Pengertian *leverage* menurut Kasmir (2019:154) adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. *Leverage* muncul karena perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan operasionalnya menggunakan aktiva dan sumber dana yang memiliki beban tetap dan dapat meningkatkan return bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim).

Dharmaputra (2022) menyatakan bahwa penggunaan utang yang berlebihan dapat mengancam perusahaan karena bisa menyebabkan perusahaan terjebak dalam utang yang sangat tinggi dan sulit untuk melepaskan beban tersebut. Beban atau biaya sebenarnya adalah risiko yang harus ditanggung perusahaan dalam keputusan keuangan. Penting untuk memahami seberapa besar risiko agar bisa diantisipasi dengan meningkatkan volume aktivitas bisnis.

Menurut Kasmir (2019:155) dalam rasio *leverage*, terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur leverage, yaitu:

1) *Debt to Asset Ratio* (Debt Ratio)

*Debt Ratio* adalah rasio yang mengukur perbandingan antara total utang dan total aset. Dengan kata lain, rasio ini mengukur sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang dan seberapa besar utang memengaruhi manajemen aset.

2) *Debt to Equity Ratio*

*Debt to Equity Ratio* digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara utang dan ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membandingkan total utang, termasuk utang jangka pendek, dengan total ekuitas. Rasio ini membantu menentukan seberapa besar dana yang disediakan oleh kreditur.

3) *Times Interest Ratio*

*Times Interest Ratio* yang sering disebut sebagai *coverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan.

### 2.1.7 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan kondisi di mana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut juga sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Nissa, 2022). Menurut Salfina dan Riani (2019) dengan adanya kepemilikan saham oleh orang dalam akan mendorong manajer untuk bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham dengan meningkatkan kinerja dan tanggung jawab mereka dalam mencapai keberhasilan pemegang saham.

Keadaan perusahaan dengan kepemilikan manajerial tentu berbeda dari perusahaan tanpa kepemilikan manajerial. Di perusahaan dengan kepemilikan manajerial, manajer yang juga pemegang saham akan mengintegrasikan

kepentingan mereka sebagai manajer dengan kepentingan sebagai pemegang saham yang mengakibatkan pengambilan keputusan mengenai pendanaan menjadi lebih berhati-hati. Sebaliknya, di perusahaan tanpa kepemilikan manajerial, manajer yang bukan pemegang saham mungkin akan lebih mementingkan kepentingan pribadi. Manajer yang memiliki kepemilikan saham kurang dari seratus persen dalam perusahaan akan mendapatkan insentif dan peluang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan dirinya sendiri, serta mengesampingkan keuntungan pemilik lain. Insentif tersebut muncul karena manajer dapat menikmati manfaat non-finansial dari tindakan pengambilan keputusan yang menitikberatkan pada pengembangan nilai, tanpa perlu menanggung risiko *financial* yang mungkin timbul (Trisnawati, 2020).

Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang mengakibatkan perbedaan preferensi di antara keduanya mendorong penggunaan berbagai mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan kedua belah pihak. Tingkat pengeluaran modal dipengaruhi oleh pertimbangan dan kebijakan yang dibuat oleh manajemen, sementara rencana kompensasi didasarkan pada insentif untuk mencapai keselarasan antara kepentingan manajer dan pemegang saham.

### **2.1.8 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah cerminan total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan perusahaan dalam pertumbuhan yang baik (Hertina, *et al.*, 2019). Sedangkan menurut Hery (2017), ukuran perusahaan merupakan skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, nilai pasar saham dan lainnya. Ukuran perusahaan digunakan sebagai indikasi tingkat ketidakpastian terhadap masa depan

perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar usaha yang diperlukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat.

Suryandani (2018) menyatakan ukuran perusahaan dianggap memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan besarnya perusahaan, yang tercermin dalam total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aset atau penjualan, semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Lebih banyak aset berarti modal yang lebih besar diinvestasikan, dan penjualan yang lebih tinggi mencerminkan perputaran uang yang lebih besar dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan mencerminkan sejauh mana kekayaan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Saputri dan Giovanni (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia pada tahun 2014-2018. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 37 perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014-2018. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling*. Profitabilitas dalam penelitian diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE), pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan *Total Asset Growth* (TAG), likuiditas diukur dengan menggunakan *Current Ratio* dan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear berganda yang dibantu dengan program SPSS yang meliputi uji asumsi klasik serta uji persial (uji-t) dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilaksanakan adalah dari perbedaan jumlah variabel yang digunakan, lokasi penelitian, tahun amatan, jumlah sampel perusahaan dan pengukuran variabel profitabilitas. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Ambarwati dan Vitaningrum (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terlisting di BEI 2015-2019. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 10 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2015-2019. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling*. likuiditas dalam penelitian diukur menggunakan *Current Ratio*, profitabilitas dalam penelitian diukur menggunakan *Return on Asset* dan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value (PBV)*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear berganda yang dibantu dengan program SPSS yang meliputi uji asumsi klasik serta uji persial (uji-t) dan uji-f untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilaksanakan adalah dari perbedaan jumlah variabel yang digunakan, lokasi penelitian, tahun amatan dan jumlah sampel perusahaan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Wibowo dan Yuniningsih (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh *insider ownership* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan properti *real estate* dan konstruksi yang tercatat di bursa efek indonesia 2015-2019. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 12 perusahaan pada sektor properti *real estate* dan kontruksi bangunan pada bursa efek indonesia 2015-2019. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling*. *Insider ownership* diukur menggunakan KM dan *Leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dan nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan program SPSS yang meliputi uji asumsi klasik serta uji persial (uji-t) dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *insider ownership* berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen mampu memperkuat pengaruh *insider ownership* pada nilai perusahaan dan kebijakan dividen tidak mampu mempengaruhi *leverage* pada nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilaksanakan adalah dari perbedaan jumlah variabel yang digunakan, lokasi penelitian, tahun amatan dan jumlah sampel perusahaan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas *insider ownership* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hidayat dan Khotimah (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode tahun 2018-2020. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 13 perusahaan sub sektor kimia yang terdaftar di

bursa efek indonesia pada periode tahun 2018-2020. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling*. Profitabilitas dalam penelitian diukur menggunakan *Return on Asset (ROA)*, ukuran perusahaan diukur dengan total aset dan nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value (PBV)*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan program SPSS yang meliputi uji asumsi klasik serta uji persial (uji-t) dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilaksanakan adalah dari perbedaan jumlah variabel yang digunakan, lokasi penelitian, tahun amatan dan jumlah sampel perusahaan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Iman, *et al.*, (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia periode tahun 2016-2020. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 15 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode 2016-2020. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive random sampling*. Variabel likuiditas diukur menggunakan rasio lancar (*Current Ratio*) dan rasio kas (*Cash Ratio*), sedangkan profitabilitas diukur dengan *Return on Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*. Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q dan *Price Book Value (PBV)*. Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS (*structural equation model-partial least square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa

likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilaksanakan adalah dari perbedaan jumlah variabel yang digunakan, lokasi penelitian, jumlah sampel perusahaan, tahun amatan, indikator nilai perusahaan dan metode analisis. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

