

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi yang semakin meningkat mengakibatkan industrialisasi yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Sehingga dapat mengakibatkan persaingan yang semakin meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan atau memperoleh keuntungan kompetitif dengan cara memberikan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, selain itu tujuan jangka panjang perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan.

Mengutip dari Bursa Efek Indonesia (BEI) sektor *food and beverage* merupakan perusahaan yang memproduksi barang makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dan bersifat komersial. Sektor *food and beverage* merupakan salah satu sektor industri pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Sektor *food and beverage* masih menjadi pilihan bagi investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Karena sektor *food and beverage* saham-saham yang ditawarkan memiliki potensi yang baik. Potensi yang baik ini ditunjukkan dengan adanya era *new normal* setelah pandemi covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia, orang akan tetap mengkonsumsi makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar, sehingga, perkiraan perusahaan tersebut

mempunyai kinerja keuangan yang cukup baik, saham-saham yang stabil, dan mengalami perkembangan serta peningkatan dari tahun ke tahunnya.

Tabel 1.1
Contoh perusahaan, laba dan harga saham

Nama Perusahaan	Kode Perusahaan	Laba Bersih		Harga Saham	
		2021	2022	2021	2022
Mayora Indah Tbk	MYOR	1,19 T	1,94 T	2.840	2.170
Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	281,34 M	432,22 M	1.320	1.305
Salim Ivomas Pratama Tbk	SIMP	984,41 M	1,2 T	464	462

Sumber : www.idx.com

Mengutip dari Bursa Efek Indonesia beberapa emitmen Sektor *food and beverage* telah merilis kinerja keuangan tahun 2022 antara lain MYOR, ROTI dan SIMP. Ketiga emitmen tersebut mengalami kenaikan laba bersih dibandingkan tahun sebelumnya. PT Mayora Indah mencetak kenaikan penjualan sebesar 6,33% pada tahun 2022 menjadi Rp 1,19 triliun, dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp 1,19 triliun. Berbeda dengan harga saham pada tahun 2021 sebesar 2.840 per lembar saham yang mengalami penurunan di tahun 2022 menjadi 2.170 per lembar saham. Indikasi tersebut disimpulkan bahwa produk makanan yang dihasilkan oleh Mayora Indah Tbk mengalami peningkatan namun investor tidak tertarik menanamkan modalnya di perusahaan tersebut sehingga menyebabkan turunnya harga pasar per lembar saham.

Pada tahun 2022 perusahaan Nippon Indosari Corpindo Tbk memperoleh laba bersih sebesar Rp 432,22 M atau meningkat 10,98% berbeda dengan tahun 2021 hanya memperoleh laba bersih sebesar Rp 281,34 M. Tetapi harga saham di tahun 2022 sebesar 1.305 per lembar saham yang mengalami penurunan dibandingkan

tahun 2021 sebesar 1.320 per lembar saham. Perusahaan Nippon Indosari Corpindo Tbk yang memproduksi barang makanan jenis roti mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2022, sehingga memperoleh peningkatan laba bersih yang sangat signifikan dengan tahun sebelumnya. Namun harga saham per lembar perusahaan tersebut mengalami penurunan yang diakibatkan oleh kurangnya daya Tarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang memproduksi makanan roti.

Salim Ivomas Pratama Tbk yang fokus memproduksi hasil kelapa sawit dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan penjualan sebesar 6,73% mencapai Rp 1,2 triliun dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp 984,41 M. Namun, harga saham perusahaan ini juga mengalami penurunan harga pasar pada tahun 2022 sebesar 462 per lembar saham dibandingkan dengan tahun 2021 yang sebesar 464 per lembar saham. Indikasi terbut dikarenakan produk olahan dari kelapa sawit yang dihasilkan oleh Salim Ivomas Pratama Tbk mengalami peningkatan namun investor tidak tertarik menanamkan modalnya di perusahaan tersebut sehingga menyebabkan turunnya harga pasar per lembar saham.

Aprillando dan Mujiyati (2022) menyatakan nilai perusahaan merupakan bentuk memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para *shareholder*. Dengan demikian, nilai perusahaan sangat berpengaruh karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham prinsip dasar nilai saham perusahaan adalah harga saham dari perusahaan yang tercermin dari tingkat keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam meningkatkan arus kas di masa mendatang. Perusahaan harus meningkatkan fokusnya untuk mengidentifikasi peluang, bertumbuh, dan membangun

keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Dalam memantau peningkatan nilai saham perusahaan berkontribusi terhadap pertumbuhan penghasilan arus kas perusahaan masa mendatang.

Dasar dari penciptaan nilai perusahaan merupakan awal pertumbuhan yang menguntungkan bagi perusahaan. Maka oleh sebab itu, strategi dan keputusan pemasaran harus berkontribusi secara nyata terhadap pertumbuhan yang menguntungkan. Strategi dan efektivitas pemasaran bertujuan untuk memaksimalkan pengembalian kepada pemegang saham. Dengan demikian pemasaran tidak hanya bertujuan untuk memuaskan pelanggan maupun perusahaan melalui pertukaran, tetapi juga terkait bagaimana memaksimalkan pengembalian bagi pemegang saham. Memaksimalkan pengembalian sangat tergantung kepada seberapa jauh keputusan-keputusan pemasaran dapat meningkatkan nilai sekarang dari seluruh arus kas yang mendatang. Terdapat faktor – faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan (Harija, 2023).

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ada *financial distress*. *Financial distress* merupakan keadaan awal yang mengakibatkan kebangkrutan. *Financial distress* terjadi ketika perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban debitor yang disebabkan kekurangan dan ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya lagi. Perusahaan yang mengalami *financial distress* umumnya mengalami penurunan dalam pertumbuhan laba dan aset tetap Adaria dkk. (2022).

Kurniawati dan Idayati (2023) menyatakan *financial distress* merupakan kondisi dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan tetapi belum mencapai pada tahap bangkrut. Perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan akan berhubungan dengan likuiditas perusahaan. Jika perusahaan tidak bisa mengatasi masalah *financial distress* maka perusahaan dapat dikatakan mengalami kebangkrutan.

Adaria dkk. (2022) dan Damayanti dkk (2023) dan Yulia dkk (2023) membuktikan *financial distress* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Karena perusahaan yang mengalami *financial distress* cenderung mempunyai value perusahaan yang bagus dan mampu mengambil minat investor dalam memberikan modalnya untuk suatu perusahaannya. Semakin tinggi minat investor dalam menginvestasikan modalnya terhadap sebuah perusahaan, maka akan mampu menaikkan nilai perusahaannya. Sedangkan Harija (2023) dan Melina dkk (2022) dan Aldo dkk (2021) membuktikan bahwa *financial distress* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan *financial distress* atau kesulitan keuangan yang dialami perusahaan jika berlangsung dalam jangka waktu panjang akan dapat mengakibatkan kebangkrutan.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ada *growth opportunity*. *Growth opportunity* (pertumbuhan perusahaan) dapat dilihat dari pertumbuhan aset yang dimiliki. Pertumbuhan perusahaan dalam aset merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaannya. Prospek pertumbuhan sebuah perusahaan merupakan sebuah kesempatan bertumbuhnya perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang sedang

bertumbuh memiliki pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi Asmeri dkk. (2022)

Putri dan Purbawangsa (2022) menyatakan bahwa *growth opportunity* adalah kemampuan badan usaha untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi atau industri di dalam perekonomian pada saat badan usaha tersebut beroperasi dengan melihat pertumbuhan total aset. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin cepat tingkat pertumbuhan perusahaan semakin besar pula kebutuhan dana yang diperlukan untuk membiayai pertumbuhan tersebut.

Perusahaan yang terus bertumbuh akan menarik perhatian para investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan koefisien respon laba perusahaan tersebut. Hal ini dikaitkan dengan teori signaling perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi menjadi sebuah sinyal yang baik kepada para *stakeholder*, dan apabila mereka tertarik akan mudah menarik modal, terutama modal dari para investor.

Shalsabilla & Widyawati (2023) dan Syafira & Mia (2021) dan Janingrith Rambu Tasik (2020) membuktikan *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik akan mendapat laba yang meningkat. Sehingga dalam pendanaan usaha perusahaan akan menggunakan dana internal. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan akan mengalami peningkatan dalam pendanaan juga. Dan penjualan pada perusahaan banyak yang menggunakan sistem kredit, sehingga

hasil penjualan akan cenderung lambat. Sedangkan Zidane & Suwarti (2022) dan Safira Hani (2023) dan Asmeri dkk. (2022) membuktikan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan semakin besar tingkat *growth opportunity*, maka itu indikasi bahwa perusahaan memiliki prospek bagus dan membutuhkan dana yang semakin besar.

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ada *leverage*. *Leverage* mengukur perbandingan liabilitas dengan ekuitas perusahaan. Jika rasio *leverage* menunjukkan persentase tinggi maka perusahaan cenderung lebih banyak melakukan liabilitas untuk kegiatan bisnisnya. Penggunaan hutang yang tinggi mengakibatkan perusahaan harus berhati – hati dalam mengelola keuangan apalagi menggunakan hutang dari pihak asing dengan nilai mata uang asing. *Leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutang yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan mempunyai harapan dengan hutang yang dimilikinya, maka akan membantu perusahaan dalam mendanai dan mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat Widilestariningtyas dan Ahmad (2022)

Menurut Marpaung dan Kurniati (2022) *leverage* merupakan suatu kemampuan perusahaan yang mampu memenuhi semua kewajiban atau hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan menggunakan asset yang dimiliki perusahaan sebagai jaminan. Apabila perusahaan tidak memiliki *leverage* berarti perusahaan tersebut menggunakan modal sendiri tanpa meminjam. Perusahaan yang menggunakan dana hutang sebagai bentuk pemberian kredit yang difokuskan pada besarnya kredit yang

diberikan, perusahaan yang menggunakan dana hutang ketika mendapatkan laba yang lebih besar dari beban tetapnya mengakibatkan keuntungan bagi pemegang saham yang akan mendapatkan laba.

Semakin besar tingkat *leverage* perusahaan akan mengakibatkan hutang yang digunakan semakin besar hal itu mengakibatkan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi ketika ekonomi perusahaan memburuk. *Leverage* memiliki peranan yang sangat krusial bagi perusahaan karena akan mampu mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba yang tinggi. Hal ini sangat berdampak positif bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Apabila semakin sejahteranya pemegang saham maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Penelitian yang di lakukan oleh Melina dkk. (2022) dan Marpaung & Kurnia (2022) dan Aprillando & Mujiyati (2022) membuktikan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan yang terlalu banyak menggunakan hutang untuk membiayai asset dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan Tandrio & Handoyo (2023) dan Darmawan, (2022) dan I.G.A.S. Darmawan & G.P.A.J. Susila (2022).menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dalam mendanai asetnya cenderung menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang.

Faktor keempat yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ada profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan sumber daya pada satu periode tertentu.

Apabila profitabilitas perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja dengan baik dalam mengelola kekayaan perusahaan agar memperoleh laba setiap periodenya. Selain itu profitabilitas juga dapat menurunkan nilai perusahaan, hal ini dikarenakan didalam peningkatan profitabilitas, perusahaan akan meningkatkan kegiatan oprasionalnya hal ini yang mengakibatkan biaya yang digunakan semakin meningkat (Septiani, 2021).

Menurut Dwicahyani dkk. (2022) profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui semua kemampuan dan sumber yang ada. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor. Dengan demikian kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya.

Sukmandari & Anwar (2022) dan Asmeri dkk. (2022) dan Septiani (2021) membuktikan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang diperoleh oleh perusahaan. Maka dapat dilihat dari laba yang dihasilkan suatu perusahaan, apabila perusahaan mampu mendapatkan laba yang meningkat, hal itu menggambarkan perusahaan dapat bekerja dengan baik sehingga mampu mendapatkan tanggapan yang positif dari investor, selain itu dengan meningkatnya laba yang diperoleh mampu meningkatkan harga saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan mampu mengelola keuangan perusahaan dengan baik sehingga mampu

meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan Nugroho & Hakim (2022) dan Melina dkk (2022) dan Safira Hani (2023) dan I.G.A.S. Darmawan, G. P. A. J. S. (2022). menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi tidak mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. hal ini bisa jadi dikarenakan para investor lebih berorientasi teknikal daripada berorientasi mikro fundamental.

Faktor terakhir yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ada ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dilihat dari besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan cara seperti aktiva, nilai pasar saham, *log size* dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan akan mampu memberikan kemudahan perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat eksternal maupun internal. Ukuran perusahaan merupakan gambaran total dari asset yang di miliki oleh perusahaan Widilestariningtyas dan Ahmad (2022).

Sari dan Dewi (2023) menyatakan ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi memiliki akses yang mudah karena telah mempunyai kedudukan yang kuat pada pasar modal sehingga perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar dapat dengan mudah mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal

yang selanjutnya perusahaan dapat memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan.

Fajri (2023) Widilestariningtyas & Ahmad (2022) dan Shalsabilla dan Widyawati (2023) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga, baik perusahaan yang memiliki ukuran yang besar maupun kecil tidak akan dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan, investor tidak melihat berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, melainkan cenderung melihat kepada kinerja keuangan yang tercantum pada laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan.

Fadillah (2023) dan Aruan dkk. (2022) dan Damayanti & Darmayanti (2022) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karena Perusahaan yang tergolong memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki kemudahan untuk memasuki pasar modal, sehingga memudahkan perusahaan untuk mendapat tambahan dana untuk melakukan operasi perusahaan. Investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam menanamkan modal, karena perusahaan yang besar dianggap telah berkembang dan memiliki kinerja yang baik. Berdasarkan fenomena dan *riset gap* hasil penelitian sebelumnya maka penelitian ini dilakukan kembali untuk menguji pengaruh *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut:

- 1) Apakah *financial distress* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
- 2) Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
- 3) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
- 4) Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
- 5) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan masalah tersebut diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *financial distress* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini dapat dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat secara teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat mengenai pengaruh *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan terutama bagi akademisi Universitas Mahasaraswati Denpasar dan investor sebagai pedoman dalam mengambil keputusan mengenai nilai perusahaan. Bagi para peneliti lainnya hal ini sangat bermanfaat untuk dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian terutama dalam meneliti pengaruh *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

- b) Manfaat Secara Praktis

Di era globalisasi sekarang ini penelitian ini dapat memberikan informasi yang berarti bagi investor mengenai pengaruh *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memungkinkan investor agar lebih memahami resiko pengaruh turunnya nilai perusahaan. Selain itu penelitian

ini dapat membantu investor dalam menjalankan perusahaan agar mampu meningkatkan nilai perusahaan untuk mendapatkan laba.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling* (1973). Menurut pandangan Spence, sinyal atau isyarat adalah cara komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, dan pihak yang mengirimnya berusaha untuk memberikan informasi relevan kepada pihak penerima. Akibatnya penerima sinyal akan menyesuaikan perilakunya berdasarkan pemahaman mereka terhadap isyarat tersebut. Menurut Ghozali (2018:166) mengungkapkan bahwa *signalling theory* adalah cara pandang pemegang saham mengenai peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang. Dimana informasi tersebut diberikan oleh manajer perusahaan kepada para pemegang saham. Dalam konteks teori sinyal manajemen menggunakan informasi yang dimilikinya positif kepada investor harus didukung oleh kinerja dan aksi nyata perusahaan. Sinyal yang tidak konsisten dengan kinerja aktual perusahaan dapat menyebabkan ketidakpercayaan dan dampak negatif pada reputasi perusahaan di pasar.

Alasan digunakannya *signalling theory* dalam penelitian ini didasari dugaan bahwa *financial distress*, *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan mampu memberikan sinyal pada *stakeholder* mengenai naik turunnya nilai perusahaan yang merupakan salah satu informasi penting bagi para investor, dimana mereka menganalisis perkembangan perolehan keuntungan perusahaan.

Semakin tinggi keuntungan perusahaan, maka akan memberikan sinyal positif bagi para investor yang mengindikasikan bahwa pihak eksternal akan mendapatkan keuntungan dari investasinya.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Menurut Shalsabilla dan Widyawati (2023) nilai perusahaan diartikan sebagai suatu persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Persepsi tersebut didasari oleh informasi yang dipublikasikan di pasar modal. Hal ini dikarenakan harga saham suatu perusahaan secara tidak langsung dapat menjadi sinyal bagi para investor dalam pengambilan keputusan. Informasi tersebut diolah dengan cara menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut. Aprillando dan Mujiyati (2022) menyatakan nilai perusahaan merupakan harga jual atas saham perusahaan melalui pertimbangan calon investor bahwa perusahaan dianggap layak. Sehingga ia bersedia untuk melakukan pembayaran bila dilakukan penjualan saham perusahaan tersebut dalam pasar modal. Kekayaan perusahaan dan pemegang saham dapat digambarkan dari harga pasar saham yang mana adalah refleksi dari keputusan.

Adaria dkk (2022) menjelaskan nilai perusahaan merupakan pandangan yang dimiliki investor akan seberapa berhasil perusahaan dimana ini terefleksi melalui harga saham di pasar modal. Bertambah banyak investor yang tertarik terhadap saham perusahaan mengindikasikan bahwa harga saham perusahaan dapat terus meningkat serta diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Investor menggunakan nilai perusahaan untuk dijadikan indikator pertimbangan dalam melakukan investasi.

2.1.3 Kesulitan Keuangan (*Financial Distress*)

Kurniawati dan Idayati (2023) *financial distress* merupakan kondisi dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan tetapi belum mencapai pada tahap bangkrut. Perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan akan berhubungan dengan likuiditas perusahaan. Jika perusahaan tidak bisa mengatasi masalah *financial distress* maka perusahaan dapat dikatakan mengalami kebangkrutan. Begitu pula sebaliknya apabila perusahaan bisa mengatasi masalah *financial distress* maka perusahaan tidak mengalami kebangkrutan.

Menurut Adaria dkk (2022) *financial distress* dimulai ketika sebuah perusahaan tidak dapat memenuhi jadwal pembayaran atau ketika proyeksi arus kas mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut akan segera tidak dapat memenuhi kewajibannya. *Financial distress* dapat diartikan sebagai ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kewajiban keuangannya pada saat jatuh tempo yang dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Perusahaan yang mengalami pengaruh kinerja keuangan *financial distress* berada di antara status *solvent* dan *insolvent*. Terdapat beberapa definisi lain mengenai *financial distress* yang diungkapkan pada penelitian terdahulu, dimana perbedaan ini tergantung pada cara mengukurnya.

Menurut Dwicahyani dkk (2022) *financial distress* adalah tahap penurunan kondisi keuangan yang terjadi pada perusahaan sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuidasi. Suatu perusahaan dapat dikategorikan sedang mengalami *financial distress* atau kesulitan keuangan apabila perusahaan tersebut menunjukkan angka negatif pada laba operasi, laba bersih dan nilai buku ekuitas serta perusahaan tersebut melakukan merger. Fenomena lain dari *financial distress* adalah perusahaan cenderung mengalami kesulitan likuiditas yang ditunjukkan dengan

kemampuan perusahaan yang semakin menurun dalam memenuhi kewajibannya kepada kreditur. *Financial distress* juga terjadi ketika perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban debitur karena mengalami kekurangan dan ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya lagi.

2.1.4 Peluang Pertumbuhan (*Growth opportunity*)

Putri dan Purbawangsa (2022) menyatakan bahwa *growth opportunity* adalah kemampuan badan usaha untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi atau industri di dalam perekonomian pada saat badan usaha tersebut beroperasi dengan melihat pertumbuhan total asset. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen. Hal ini disebabkan karena semakin cepat tingkat pertumbuhan perusahaan semakin besar pula kebutuhan dana yang diperlukan untuk membiayai pertumbuhan tersebut.

Menurut Asmeri dkk. (2022) *Growth opportunity* adalah perusahaan yang memiliki kesempatan atau peluang untuk bertumbuh atau mencapai tingkat pertumbuhan atau mengembangkan perusahaannya. Peluang pertumbuhan merupakan salah satu faktor lain yang penting dan memengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah Kemampuan badan usaha untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi atau industri di dalam perekonomian pada saat badan usaha tersebut beroperasi dengan melihat pertumbuhan total asset. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin cepat tingkat pertumbuhan perusahaan semakin besar pula kebutuhan dana yang diperlukan untuk membiayai pertumbuhan tersebut.

2.1.5 Leverage

Menurut Widilestariningtyas dan Ahmad (2022) *Leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutang yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan mempunyai harapan dengan hutang yang dimilikinya, maka akan membantu perusahaan dalam mendanai dan mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Menurut Dianti dkk. (2022) *leverage* adalah ukuran penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Adanya perlindungan pajak membuat pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* atau rasio solvabilitas yaitu rasio yang menggambarkan kesanggupan perusahaan memenuhi seluruh kewajibannya. *Leverage* digunakan untuk menilai seberapa banyak modal perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya dengan jumlah aset yang dimiliki. Hal ini akan berpengaruh jika *leverage* naik atau bertambah maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan, sebaliknya jika *leverage* turun atau berkurang maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi untuk memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham.

2.1.6 Profitabilitas

Menurut Marpaung dan Kurniati (2022) profitabilitas adalah salah satu faktor yang mempunyai pengaruh dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Profitabilitas penelitian ini diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan penggunaan atas total aset yang dimiliki setelah disesuaikan dengan biaya untuk pembiayaan aset tersebut. Menurut Septiani (2021) profitabilitas menunjukkan efektifitas suatu perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan dengan serangkaian aset yang dimiliki perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dalam hal ini profitabilitas menggambarkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan profitabilitas untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Para investor melihat profitabilitas perusahaan karena profitabilitas merupakan salah satu indikator yang paling baik mengenai kesehatan keuangan perusahaan. Masalah Profitabilitas merupakan hal yang penting di samping masalah laba, karena laba yang besar belum merupakan suatu ukuran bahwa suatu perusahaan telah bekerja secara efisien. Efisien baru dapat diketahui dengan membandingkan laba yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, atau dengan kata lain adalah menghitung profitabilitas.

Menurut Dwicahyani dkk (2022) profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya rofitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas

dari setiap periode dianggap sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Sari dan Dewi (2023) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi memiliki akses yang mudah karena telah mempunyai kedudukan yang kuat pada pasar modal sehingga perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar dapat dengan mudah mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal yang selanjutnya perusahaan dapat memperoleh laba/keuntungan yang maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Widilestariningtyas dan Ahmad (2022) ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh dapat mencerminkan bahwa tingkat profit dimasa mendatang akan semakin baik dan juga dapat mencerminkan perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, ukuran perusahaan bisa menjadi tolak ukur terhadap kinerja suatu perusahaan, semakin besar penggunaan modal asing di perusahaan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan itu besar. Komitmen yang tinggi untuk memperbaiki kegiatan operasional perusahaan dapat berpengaruh terhadap public dan investor. Semakin besar perusahaan biasanya lebih banyak menerbitkan saham Keberanian untuk mendapatkan saham di perusahaan tersebut dibayar dengan harga yang fantastis,

investor rela untuk membayar mahal demi mendapatkan saham dengan harapan memperoleh return yang lebih besar pula. Sehingga para investor percaya bahwa mereka akan mendapatkan hasil investasi yang sesuai dengan perusahaan tersebut.

Menurut Damayanti dan Darmayanti (2022) ukuran perusahaan merupakan sebuah gambaran besar ataupun kecilnya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya total aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki aset yang besar yang diikuti dengan upaya pemanfaatan aset yang optimal maka akan dapat memaksimalkan nilai perusahaan sehingga harga saham akan lebih tinggi dari nilai bukunya dan sebaliknya, apabila sebuah perusahaan tidak memanfaatkan aset dengan optimal maka akan mempengaruhi nilai perusahaan yang dapat turun dan harga saham sebuah perusahaan akan lebih rendah dibandingkan nilai bukunya.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.

Adapun kajian penelitian yang relevan terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

Septiani (2021) menguji pengaruh keputusan investasi, likuiditas, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 20 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teori yang digunakan yaitu teori signal. Variabel independent dalam penelitian tersebut keputusan Investasi likuiditas, kebijakan dividen. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada badan usaha milik negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan kebijakan dan profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Aprillando dan Mujiyati (2022) menguji pengaruh *tax avoidance*, profitabilitas, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 di BEI periode 2018-2020. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 55 perusahaan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut teori signal. Variabel independent dalam penelitian tersebut *tax avoidance*, profitabilitas, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan hasil kesimpulan menunjukkan profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan *sales growth* dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dianti dkk. (2022) menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, dan struktur kepemimpinan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdapat di bursa efek indonesia. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 18 perusahaan sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut teori keagenan (*agency theory*). Variabel independent profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen dan struktur kepemilikan sedangkan variabel devenden yaitu nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas, kebijakan

dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *leverage*, struktur kepemilikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Adaria dkk. (2022) menguji pengaruh *financial distress* terhadap nilai perusahaan sebelum dan sesaat pandemi covid-19. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 58 perusahaan sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori sinyal. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu *financial distress* sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan *financial distress* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan saat Covid-19.

Marpaung & Kurniati (2022) menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 72 perusahaan sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori sinyal. Variabel independent profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen nilai perusahaan. Hasil penelitian membuktikan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Widilestariningtyas dan Ahmad (2022) menguji pengaruh ukuran perusahaan, akuntansi lingkungan, profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Metode penentuan sampel dalam

penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 72 perusahaan sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori sinyal. Variabel independen dalam penelitian tersebut ukuran perusahaan, akuntansi lingkungan, profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen dan likuiditas sedangkan variabel dependen nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan, kebijakan dividen, likuiditas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan akuntansi lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Harija (2023) menguji pengaruh kinerja keuangan, *intellectual capital*, *financial distress*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2017-2020. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 76 perusahaan sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori sinyal. Variabel independent kinerja keuangan, *intellectual capital*, *financial distress*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan. Variabel dependen nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa *current ratio*, *debt to equity ratio* dan total aset turnover, *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *financial distress* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.