

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Arus globalisasi dan modernisasi telah menyebabkan terjadinya integrasi pasar dunia, sehingga perekonomian suatu negara tidak dapat terhindar dari pengaruh perubahan ekonomi di belahan dunia lainnya. Arus barang dan arus modal telah melewati batas-batas negara dalam waktu yang singkat. Pemilik modal memiliki banyak peluang dalam memilih sektor industri apa dan di negara mana investasi akan dipilih. Pemerintah berusaha menyediakan berbagai alternatif sumber dana yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhannya untuk mendorong perkembangan perusahaan. Pemerintah Indonesia beranggapan bahwa pasar modal merupakan sarana yang dapat mendukung percepatan pembangunan ekonomi Indonesia (Lutfi dan sunardi, 2019).

Berdasarkan Keppres Nomor 60 Tahun 1988, pasar modal digambarkan sebagai sarana yang menghubungkan pihak yang membeli dan menjual dana jangka panjang dalam bentuk surat berharga yang diterbitkan oleh entitas pemerintah atau swasta. Selain opsi investasi lain seperti menabung di bank, membeli emas, asuransi, tanah, dan properti, pasar modal menawarkan berbagai pilihan investasi kepada para investor. Pasar modal berperan sebagai jembatan antara investor dengan perusahaan dan lembaga pemerintah melalui perdagangan instrumen keuangan jangka panjang seperti obligasi dan saham. Perkembangan pasar modal dapat diamati melalui indikator kapitalisasi pasar saham, yang mencerminkan nilai total saham dan obligasi yang diperdagangkan di pasar modal berdasarkan harga

penutupan. Kenaikan nilai saham menunjukkan pertumbuhan pasar modal yang positif, yang dapat berkontribusi kepada peningkatan kemajuan pasar modal secara keseluruhan (Sulistyowati, 2020).

Menurut (Sambuari *et al.*, 2020) pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu sebagai sarana bagi pendanaan usaha dan sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan. Pasar modal Indonesia telah memperlihatkan perkembangannya dengan jumlah perusahaan IPO 2019 tertinggi di Asean. Semakin besar peran pasar modal dalam kegiatan ekonomi, maka semakin sensitif pula reaksi pasar terhadap peristiwa disekitarnya. Hal ini dikarenakan kondisi ekonomi suatu negara akan memengaruhi kestabilan harga saham dan transaksi perdagangan di pasar modal. Oleh sebab itu, kegiatan perdagangan saham di pasar modal yang merupakan bagian dari aktivitas ekonomi, tak lepas dari pengaruh suatu peristiwa.

Pasar modal Indonesia dikelola oleh lembaga Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terdiri dari berbagai jenis *sectors and sub sectors* yang tercatat di BEI dan seiring berjalannya waktu industri yang tercatat di BEI semakin bertambah. Hal tersebut dibuktikan oleh data dari Bursa Efek Indonesia bahwa pada bulan Agustus tahun 2020 sudah mencapai 702 perusahaan yang tercatat di BEI. Hal ini secara tidak langsung mendorong industri untuk tetap memiliki kinerja perusahaan yang baik agar mampu mempertahankan eksistensinya di pasar modal Indonesia (I'niswatin *et al.*, 2020).

Menurut (Lutfi dan Sunardi, 2019) perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang

mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Industri makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya. Hal ini terlihat semakin menjamurnya industri makanan dan minuman di negara ini khususnya semenjak memasuki krisis berkepanjangan. Kondisi ini membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba-lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman tersebut. Barang konsumsi menjadi industri yang penting bagi perkembangan perekonomian bangsa. Hal ini tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri barang konsumsi di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri bahwasanya dalam proses produksi barang konsumsi dibutuhkan banyak sumber daya termasuk di dalamnya sumber daya manusia. Industri barang konsumsi mempunyai peranan dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan pada suatu negara.

Sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang menarik untuk diinvestigasi dikarenakan, industri makanan dan minuman tetap tumbuh di masa pandemi Covid-19. Meskipun melambat, industri tersebut mampu bertahan dan terus tumbuh sejak 2011. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persentasenya sebesar 38,05% terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61% terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. Jika diukur menurut PDB atas dasar harga konstan (ADHK) 2010, industri makanan dan minuman tumbuh 2,54% menjadi Rp775,1 triliun pada tahun lalu dibanding tahun sebelumnya. Capaian tersebut lebih baik dibanding tahun sebelumnya yang hanya tumbuh 1,58%, tetapi lebih rendah dibanding sebelum pandemi yang tumbuh di atas 7%. Capaian tersebut juga di

bawah pertumbuhan PDB nasional pada tahun lalu. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu dari 9 sub sektor industri pengolahan nonmigas yang membukukan pertumbuhan pada 2021. Sedangkan, 8 sub industri lainnya dari 17 sektor mengalami kontraksi.

Tabel 1. 1
Nilai Perusahaan Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode Tahun 2020-2022

No.	Kode Saham	Tahun		
		2020	2021	2022
1	INDF	12,85%	13,6%	10,01%
2	ICBP	6,49%	14,83%	10,05%
3	JPFA	4,25%	9,79%	11,13%
4	MYOR	10,43%	3,16%	9,31%
5	ULTJ	4,53%	9,97%	17,08%
6	CEKA	14,89%	14,02%	10,44%
7	STTP	9,82%	20,21%	16,96%
8	ROTI	5,68%	9,42%	10,25%
9	MLBI	19,90%	4,61%	8,62%
10	SKLT	10,67%	10,34%	13,19%
11	CAMP	4,61%	9,96%	12,03%
12	HOKI	5,76%	1,88%	0,98%
13	ADES	12,04%	5,37%	2,73%
14	DLTA	12,25%	18,16%	10,58%

Sumber : idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 profitabilitas perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2022 , tahun 2020 perusahaan dengan kode saham INDF tahun 2020 sebesar 12,85 % , tahun 2021 terjadi kenaikan profit 13,6% , tahun 2022 terjadi penurunan dengan angka 10,01%. Kode saham ICBP tahun 2020 sebesar 6,49% , pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 14,83 dan pada tahun 2022 terjadi penurunan sebesar 10,05%. Kode saham JPFA pada tahun 2020 sebesar 4,25% , pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 9,79% dan pada tahun 2022 terjadi kenaikan kembali dengan angka 11,13%. Kode saham MYOR 2020 10,43%, tahun 2021 terjadi penurunan

3,16% pada tahun 2022 terjadi kenaikan 9,31%. Kode saham ULTJ tahun 2020 4,53% , pada tahun 2021 terjadi kenaikan 9,97% , pada tahun 2022 terjadi kenaikan 17,08%.

Kode saham CEKA tahun 2020 14,89 % pada tahun 2021 terjadi penurunan 14,02% pada tahun 2022 terjadi penurunan Kembali 10,44% .kode saham STTP pada tahun 2020 9,82% , pada tahun 2021 terjadi kenaikan 20,21% , pada tahun 2022 terjadi penurunan sebesar 16,69%. Kode saham ROTI pada tahun 2020 5,68%, pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 9,42% pada tahun 2022 terjadi kenaikan sebesar 10,25 % . Kode saham MLBI pada tahun 2020 19,90% , pada tahun 2022 terjadi kenaikan 4,61% dan pada tahun 2022 terjadi kenaikan menjadi 8,62%. Kode saham SKLT tahun 2020 10,67% , pada tahun 2021 terjadi penurunan 10,34% pada tahun 2022 terjadi penurunan 13,19 % . kode saham CAMP tahun 2020 4,61% pada tahun 2022 terjadi kenaikan 9,96% dan tahun 2022 terjadi kenaikan menjadi 12,03%. Kode saham HOKI tahun 2020 5,76% tahun 2021 terjadi penurunan 1,88% pada tahun 2022 terjadi penurunan 0,98% . kode saham ADES tahun 2020 12,04% tahun 2021 terjadi penurunan 5,37% tahun 2022 terjadi penurunan menjadi 2,73 % . kode saham DLTA tahun 2020 12,25% pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 18,16% pada tahun 2022 terjadi penurunan Kembali sebesar 10,58%.

Suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek (Jogiyanto, 2019). Tujuan jangka pendek suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki. sedangkan tujuan jangka panjang yaitu mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham. Umumnya

perusahaan go public akan selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik para investor, agar mau menginvestasikan dananya pada perusahaan (Kusumaningrum dan Iswara, 2022). Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan diikuti oleh tingginya kemakmuran para pemegang saham. salah satunya adalah yaitu memaksimalkan keuntungan atau *profit*.

Pandangan investor terhadap perusahaan secara langsung dipengaruhi oleh nilai perusahaan dan dikaitkan dengan pergerakan harga sahamnya, dengan harga saham yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat dipandangan investor. Memaksimalkan nilai perusahaan menjadi sangat penting, karena tujuan perusahaan dapat memberikan kemakmuran para pemegang saham yang berarti telah memaksimalkan nilai perusahaan (Kusumaningrum dan Iswara, 2022). Pengeluaran investasimemberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Salah satu cara untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui profitabilitas perusahaan. (Sitompul dkk, 2023)

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk dapat menghasilkan bagi investor. Profitabilitas di sini dapat diproksikan melalui *Return on Asset (ROA)*. *Return On Asset (ROA)* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal

yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto. Kasmir (2019: 196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan juga diberikan oleh rasio. Hal tersebut ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Candra (2024) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini didukung penelitian Saraswati (2019), Wati,dkk. (2020) dan Anggraeni (2020) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2019) mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah efisiensi operasi. Menurut Syamsi (2019:4) efisiensi adalah perbandingan antara suatu hasil dengan usahanya yang dapat dilihat dari efisiensi hasil usaha yang maksimum dari jenis mutu dan jumlah serta usaha dalam mencapai hasil yang minimum dengan perbandingan antara input dan output sesuai sistem. Input yang digunakan sebagai aspek tolak ukur adalah pikiran, jasmani, waktu, ruang dan biaya. Sedangkan untuk output adalah kualitas dan kuantitas dari hasil atau produk sistem. Efisiensi operasi perusahaan juga memiliki efek terhadap nilai perusahaan. Keputusan pengelolaan aset mengenai efisiensi operasional perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menciptakan penjualan dan menghasilkan laba yang tinggi sehingga nantinya akan direspon baik oleh investor dan akan menaikkan nilai perusahaan.

Efisiensi sebagai input dan output yang dihasilkan sebagai sumber daya yang dipakai untuk melakukan aktifitas operasional, secara sederhana efisiensi operasional adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola input menjadi output dengan efisien atau dapat diartikan juga sebagai rasio antara output yang diperoleh dari bisnis dan input untuk menjalankan operasi bisnis, ketika meningkatkan efisiensi operasional, rasio output ke input meningkat (Alaiyanuha dan Iriyanto, 2021).

Menurut hasil penelitian Wildan dan Yulianti (2021) menunjukkan bahwa efisiensi operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi efisiensi operasi maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Didukung penelitian Putri (2020), Sofiatin (2020) dan Alaiyanuha dan Iriyanto (2021) menunjukkan bahwa efisiensi operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Wati dkk. (2020) dan Utami dan Welas (2019) menunjukkan bahwa efisiensi operasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi terhadap nilai perusahaan adalah aktiva tidak berwujud. Aktiva tidak berwujud atau Aset tidak berwujud memiliki daya tarik tersendiri bagi investor, dan sama berharganya dengan aset berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Simamora (2020:320) menyatakan bahwa aset tak berwujud merupakan aktiva tidak lancar (*noncurrent asset*) dan tidak berbentuk yang memberikan hak keekonomian dan hukum kepada pemiliknya seperti hak paten, merek dagang, waralaba, dan hak cipta intelektual, serta *goodwill* aset tidak berwujud ini tidak dapat diabaikan oleh perusahaan, karena akan menciptakan *cash flow* bagi perusahaan di masa mendatang. Aktiva tidak berwujud memiliki

peranan yang sangat penting dan memiliki dampak tersendiri terhadap perusahaan. Peran atau manfaat nilai aktiva tidak berwujud bagi perusahaan adalah mengembangkan suatu teknologi baru yang dapat membuat operasi perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien. Oleh sebab itu nilai aktiva tidak berwujud harus mendapatkan perhatian yang lebih serius dibandingkan nilai aktiva berwujud baik dalam pengolahan, pengukuran, maupun penyajian.

Menurut hasil penelitian Ramadhan (2019) menyatakan bahwa asset tak berwujud (*intangible assets*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi aktiva tidak berwujud maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Hal ini didukung penelitian Putri (2020), Sofiatin (2020) dan Sari dan Candra (2024) yang menyatakan asset tak berwujud (*intangible assets*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Amanah (2021) menyatakan bahwa asset tidak berwujud (*intangible asset*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah efisiensi operasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah aset tidak berwujud berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi operasi terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh aset tidak berwujud terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang profitabilitas, efisiensi operasi, dan aset tidak berwujud terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan wawasan yang lebih luas bagi mahasiswa serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan kepada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022 untuk menelaah lebih lanjut mengenai pengaruh profitabilitas, efisiensi operasi dan aktiva tidak berwujud terhadap nilai perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Pemberian sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (*agent*), pemilik (*principal*), dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan (Putra, 2019). Informasi yang diterima oleh investor lebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal baik atau sinyal yang buruk. Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan telah beroperasi dengan baik. Sinyal baik akan direspon dengan baik pula oleh pihak luar.

Menurut Ratnasari *et al.* (2019), *signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana sebaiknya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berbentuk informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan kemauan pemilik. Sinyal dapat berbentuk promosi ataupun informasi lain yang melaporkan jika perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2019:184) *signalling theory* ialah sesuatu sikap manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena

informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik itu gambaran masa lalu, saat ini, maupun keadaan masa yang akan datang, bagi kelangsungan suatu perusahaan (Astria, 2019). Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal juga dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Perhatian investor diarahkan pada kemampuan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan. Hubungan baik akan terus berlanjut, jika investor puas dengan kinerja manajemen, dan penerima sinyal juga menafsirkan sinyal perusahaan sebagai sinyal yang positif.

2.1.2 Nilai Perusahaan

1. Pengertian Nilai perusahaan

Menurut Katti (2020) nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang, harga saham yang tinggi cenderung menjadikan nilai perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan peningkatan laba pemegang saham. Sementara harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor.

Menurut Massie *et al* (2019) nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual, nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Nilai perusahaan yang tinggi akan

membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula, hal ini disebabkan oleh kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan saat ini serta prospek perusahaan dimasa mendatang (Rahayu & Sari, 2019)

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2019). Menurut Hery (2019:5) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini

2. Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Adapun jenis-jenis nilai perusahaan menurut Gitman (2019) berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu :

- a. Nilai kelangsungan usaha Nilai kelangsungan usaha adalah nilai perusahaan jika dijual sebagai operasi usaha yang berlanjut. Kelangsungan usaha adalah prinsip dasar dalam penyusunan laporan keuangan, selain itu entitas (perusahaan) biasanya dilihat sebagai kelanjutan dalam bisnis dimasa akan datang.

b. Nilai Pasar (*market value*) Nilai pasar adalah harga pasar yang digunakan untuk memperdagangkan aktiva. Sering juga disebut kurs merupakan harga yang terjadi dari proses 18 tawar menawar dipasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham.

c. Nilai Intrinsik (*intrinsic value*)

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.

d. Nilai Buku (*book value*)

Nilai buku suatu perusahaan adalah total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen seperti tercantum di neraca. Nilai buku juga merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total hutang dengan jumlah saham yang beredar.

e. Nilai Likuiditas (*liquidation value*)

Nilai likuiditas adalah jumlah uang yang dapat direalisasikan jika sebuah aktivita atau sekelompok aktiva (contohnya perusahaan yang dijual secara terpisah dari obligasi yang menjalankannya). Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban

3. Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut Sartono (2019) antara lain sebagai berikut :

a. Profitabilitas

Sejalan dengan likuiditas, jika terjadi peningkatan laba sehingga nilai perusahaan meningkat, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk menghasilkan laba, sehingga nilai perusahaan yang tercermin dalam PBV akan meningkat.

b. Struktur Modal

Semakin tinggi struktur modal perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat.

c. Pertumbuhan Perusahaan

Sama halnya dengan pertumbuhan perusahaan dan sejalan dengan peningkatan likuiditasnya, jika terjadi peningkatan perusahaan sehingga *growth of earning after tax* meningkat, maka semakin baik kinerja perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

d. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena pada perusahaan-perusahaan besar, pemilik saham pada dasarnya terpisah dari manajemen, sehingga kurang berdaya mengubah manajemen. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh negatif karna

sekalipun perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan lebih besar, namun modal yang digunakan juga besar sehingga pofitabilitasnya bisa jadi tidak terlalu tinggi dibanding perusahaan dengan ukuran lebih kecil.

4. Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2019) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan diantaranya :

a. *Price to book value* (PBV)

Price to book value (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016:71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Setianto (2019) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

b. *Price earning ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang daihasilkan oleh emiten dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat

mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan.

c. Tobin's Q

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan Tobin's Q tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya.

2.1.3 Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang sering disebut sebagai rasio rentabilitas ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Kasmir, 2020:196). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Topowijono, 2019). Profitabilitas bisa timbul atas keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk, keberhasilan pemasaran sama dengan halnya keberhasilan perusahaan dalam menjual produk-produknya. Atas penjualan tersebut, maka laba akan dicetak oleh perusahaan. Laba yang dicetak tersebut bisa digunakan untuk tujuan pelunasan usaha ataupun pembayaran deviden untuk para pemegang saham.

Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Manajemen perusahaan dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Besarnya keuntungan harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal mendapatkan keuntungan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan keuangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya (Sudaryanti & Dinar, 2019).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri (Santoso dan Priatinah, 2019). Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi Investor (Ambarsari dan Hermanto, 2019)

2. Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Menurut pendapat Munawir (2019:83), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas sebuah perusahaan, yaitu :

a. Jenis Perusahaan.

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

b. Umur perusahaan.

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut mampu menjalankan operasinya.

c. Skala perusahaan.

Jika skala ekonomi perusahaan lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut cara untuk memperoleh laba diinginkan.

d. Harga produksi.

Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

e. Habitat bisnis.

Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (habitual bisnis) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil daripada non habitual bisnis.

f. Produk yang dihasilkan.

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.

3. Indikator Profitabilitas

Secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas menurut Kasmir (2020), di antaranya :

a. Profit margin (*profit margin on sales*)

Profit Margin on Sale atau rasio margin atau margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.

b. *Return on investment* (ROI)

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *return on investment* (ROI) atau *return on total assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya.

c. *Return on Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat yang artinya kinerja perusahaan semakin baik yang dampaknya mampu memberikan pengembalian keuntungan dengan baik bagi pemilik maupun investor

d. *Return on equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi

penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya.

e. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*earning per share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi.

2.1.4 Efisiensi Operasi

1. Pengertian Efisiensi Operasi

Menurut Syamsi (2019:4) efisiensi adalah perbandingan antara suatu hasil dengan usahanya yang dapat dilihat dari efisiensi hasil usaha yang maksimum dari jenis mutu dan jumlah serta usaha dalam mencapai hasil yang minimum dengan perbandingan antara input dan output sesuai sistem. Input yang digunakan sebagai aspek tolak ukur adalah pikiran, jasmani, waktu, ruang dan biaya. Sedangkan untuk output adalah kualitas dan kuantitas dari hasil atau produk sistem

Menurut Hery (2019) rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Hal ini mengindikasikan bahwa efisiensi operasional faktor penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena investor akan berinvestasi pada perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan bagi mereka. Oleh

sebab itu, perusahaan harus meningkatkan kinerjanya yang dilihat dari operasionalnya dalam mencari laba.

Efisiensi operasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Nafisah, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis perusahaan yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan perusahaan yang bersangkutan. Rasio-rasio aktivitas menganggap bahwa sebaiknya terdapat keseimbangan yang layak antara penjualan dan berbagai unsur aktiva, yaitu persediaan, piutang, aktiva tetap, serta aktiva lain. Dengan adanya penjualan yang efektif maka akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Operasi

Menurut Astiyah & Husman (2019:538) terdapat empat faktor yang menyebabkan efisiennya suatu lembaga keuangan, yaitu :

- a. Faktor kuncinya adalah efektivitas intervensi informasi
- b. Efisien karena akurasi penilaian aset
- c. Efisien karena organisasi dapat mengantisipasi risiko yang muncul
- d. Efisiensi fungsional, terkait dengan tata kelola administrasinya.

3. Indikator Efisiensi Operasi

Menurut Jogiyanto (2019) ada beberapa indikator dari efisiensi operasi sebagai berikut :

- a. *Total aset Turnover* (TATO).

TATO merupakan proksi yang digunakan untuk mengukur perputaran aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio *total aset turnover* merupakan rasio yang dapat menggambarkan sejauh mana keefektifan perusahaan

dalam mengelola aset yang dimiliki, termasuk untuk menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

b. *Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO)*

BOPO merupakan rasio yang digunakan perusahaan untuk mengukur seberapa efisiensinya dan efektifitasnya operasional suatu perusahaan biasanya dengan cara membandingkannya. Biaya operasional dan pendapatan operasional diperoleh dari hasil laporan laba rugi dalam laporan keuangan. Rasio biaya operasional dan pendapatan operasional disebut juga dengan rasio efisiensi berguna untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengoperasikan biaya operasional dan pendapatan operasional.

c. *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) merupakan rasio dalam menentukan atau mengukur keuntungan yang didapat dari hasil modal yang telah digunakan dalam mengoperasikan perbankan. Jika profit dan laba adalah jumlah maka profitabilitas merupakan kemampuan dalam mendapatkan jumlah tersebut.

d. *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Capital Adequacy Ratio (CAR) merupakan rasio permodalan yang menentukan kemampuan bank dalam mengelola dana untuk digunakan sebagai keperluan pengembangan usaha dan sebagai sarana untuk menampung berbagai risiko kerugian yang disebabkan oleh operasional bank. Jika CAR semakin tinggi maka semakin kuat kemampuan suatu

bank dalam menanggung risiko kredit maupun aktiva produktif yang bersifat berisiko.

2.1.5 Aktiva Tidak Berwujud

1. Pengertian Aktiva Tidak Berwujud

Asset tidak berwujud adalah aset nonmoneter teridentifikasi tanpa wujud fisik (Kasmir, 2019). Karakteristik utama sebuah *intangible asset* yakni dapat diidentifikasi (*identifiability*). Kemungkinan besar entitas akan memperoleh manfaat ekonomik masa depan dari aset tersebut dan biaya perolehan aset tersebut dapat diukur secara andal dan tidak mempunyai wujud fisik. Umur manfaat aset tidak berwujud dapat digolongkan menjadi dua, yaitu umur manfaat terbatas dan umur manfaat tidak terbatas.

Apabila aset tidak berwujud memiliki umur manfaat yang terbatas, dilakukan amortisasi atas aset tersebut yang dilakukan secara sistematis selama umur manfaatnya (Jogiyanto, 2019). Apabila aset tidak berwujud memiliki umur manfaat yang tidak terbatas, entitas disyaratkan untuk menguji aset tidak berwujud tersebut dengan cara membandingkan jumlah terpulihkan dengan jumlah tercatatnya pada setiap tahun. Kapanpun terdapat indikasi bahwa aset tidak berwujud tersebut mengalami penurunan nilai.

Asset tak berwujud adalah aset non moneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik (Prasetyanto dan Chariri, 2019). Berdasarkan definisi tersebut terdapat beberapa karakteristik dari aset tak berwujud, yaitu dapat diidentifikasi, adanya pengendalian, dan tidak mempunyai wujud fisik. Dalam arti luas, aktiva tak berwujud meliputi semua aktiva yang tidak mempunyai bentuk fisik. Dalam pengertian demikian, di dalam neraca

aktiva tak berwujud bias termasuk dalam kelompok: aktiva lancar seperti misalnya, piutang dagang, persekot premi asuransi, aktiva tetap seperti misalnya, hak patent, cap dan merk dagang, goodwill dan beban yang ditanggungkan seperti misalnya, biaya pendirian, biaya riset dan pengembangan, hak guna usaha, hak sewa jangka panjang

2. Jenis-jenis Aktiva Tidak Berwujud

Jenis-jenis aktiva tidak berwujud menurut Kasmir (2019) adalah sebagai berikut :

a. Hak Paten

Hak paten adalah hak istimewa yang dikeluarkan oleh pemerintah yang memberikan kewenangan kepada pemegang hak untuk memproduksi, menjual dan mengawasi penemuannya dalam jangka waktu tertentu sejak hak tersebut diberikan. Suatu hak paten biasanya tidak dapat diperbarui, jangka waktunya bisa diperpanjang dengan memberikan hak paten yang baru, apabila terdapat perbaikan atau perubahan pada rancangan dasar penemuan yang lama

b. Hak Cipta

Hak cipta adalah hak yang diberikan oleh pemerintah, yang memberikan hak istimewa kepada pemegang hak tersebut untuk mereproduksi dan menjual suatu karya seni atau karya tulis. Harga perolehan suatu hak cipta terdiri dari pengeluaran untuk mendapatkan dan mempertahankan hak tersebut. Masa manfaat suatu hak cipta biasanya lebih pendek daripada masa berlakunya. Mengingat sulitnya penentuan masa manfaat

suatu hak cipta, maka hak cipta biasanya diamortisasi dalam periode waktu yang pendek.

c. *Franchise* (hak monopoli)

Franchise adalah perjanjian (kontrak) antara pemberi *franchise* (*franchisor*) dengan penerima *franchise* (*franchisee*). Dalam perjanjian tersebut, franchisor memberi hak kepada *franchisee* untuk menjual produk tertentu, atau untuk memberikan suatu jasa tertentu, biasanya dalam suatu wilayah tertentu

d. Hak Merek Dagang

Merek dagang atau nama dagang adalah kata, rangkaian kata, logo atau simbol yang membedakan atau memberi identitas suatu perusahaan tertentu atau produk tertentu. Apabila kita mendengar nama dagang seperti Lux, Pepsodent, Kleenex atau coca-cola, dengan cepat terbayang dalam pikiran kita produk apa yang dimaksud dan tidak akan salah mengartikannya pada produk lain.

e. *Goodwill*

Adalah semua kelebihan yang terdapat dalam suatu usaha, seperti letak perusahaan yang strategis, nama yang terkenal, pimpinan yang ahli dan lain-lain. Perhitungan goodwill dapat dilakukan dengan menghitung selisih antara nilai riil aktiva dikurangi kewajiban atau utang dengan nilai atau harga yang diserahkan oleh pemberi keistimewaan kepada yang diberi keistimewaan.

3. Indikator Aktiva Tidak Berwujud

Indikator aktiva tidak berwujud menurut Jogiyanto (2019) adalah sebagai berikut :

a. Aset tak berwujud dari eksternal

Merupakan semua aset tidak berwujud yang bersumber dari eksternal baik dari proses pembelian, pertukaran, kerjasama dan donasi atau hibah

b. Aset tak berwujud dari internal

Aset Tak Berwujud disajikan pada lembar muka Neraca sebesar nilai neto, yaitu sebesar harga perolehan setelah dikurangi akumulasi amortisasi. Sesuai dengan PSAP 01 tentang SAP ATB, ATB disajikan dalam Neraca sebagai bagian dari Aset Lainnya

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Saraswati (2019) dengan judul Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan likuiditas sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Penelitian Ramadhan(2019) dengan judul Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Intangible Asset*, dan Manajemen Risiko Terhadap NilaiPerusahaan. Variabel

bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *intangible asset*, dan manajemen risiko sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan asset tak berwujud dan Manajemen Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian Wati,dkk.(2020) dengan judul Pengaruh PertumbuhanPerusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, dan Efisiensi Operasional terhadap Nilai Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan efisiensi operasional sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan efisiensi operasional tidakberpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Penelitian Anggraeni (2020) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Penelitian Putri (2020) dengan judul Pengaruh Profitabilitas Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (Penelitian Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan perencanaan pajak sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Penelitian Sofiatin (2020) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7. Penelitian Muslim dan Junaidi (2020) dengan judul Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah perencanaan pajak dan profitabilitas sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan

nilai profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

8. Penelitian Alaiyanuha dan Iriyanto (2021) dengan judul Analisis Produktivitas Tenaga Kerja, Pengembangan Pegawai, dan Efisiensi Operasional terhadap Nilai Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produktivitas tenaga kerja, pengembangan pegawai, dan efisiensi operasional sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produktivitas tenaga kerja, pengembangan pegawai, dan efisiensi operasional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
9. Penelitian Komala (2021) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi dan keputusan pendanaan sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan serta likuiditas dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
10. Penelitian Sari dan Candra (2024) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas,

aktiva tidak berwujud, ukuran perusahaan, dan struktur modal sedangkan variabel terikat nilai perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, dan aktiva tidak berwujud berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

