

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini menjadi salah satu daya tarik bagi para pemegang saham atau yang biasanya disebut investor dalam pengelolaan keuangan, dimana para investor dalam pengelolaan keuangan memiliki tujuan untuk investasi di masa yang akan datang. Dengan adanya laporan keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan setiap tahunnya, ini sangat membantu dan mempermudah investor atau calon investor dalam melihat bagaimana suatu perusahaan dapat berkembang kearah baik atau buruk pada setiap tahunnya.

Indonesia memiliki banyak perusahaan yang telah menjual sahamnya kepasar atau yang sering disebut *go public*. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar tersebut bergerak dalam berbagai banyak sektor, tetapi perusahaan yang paling menarik untuk diteliti adalah perusahaan sub sektor *food and beverage*. Sub sektor ini merupakan industri yang masih diprediksi akan menjadi industri yang dapat diandalkan untuk menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor *food and beverages* memiliki prospek yang menguntungkan baik dimasa sekarang ataupun yang akan datang dikarenakan kecenderungan masyarakat Indonesia yang senantiasa menikmati makanan siap saji dan menyebabkan munculnya banyak perusahaan-perusahaan baru di bidang *food and beverage*. Kebutuhan akan makanan dan minuman pun terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah konsumen di Indonesia. Sektor *food and beverage* memiliki peran yang penting dalam peningkatan realisasi investasi

serta memiliki kontribusi yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas.

Sub sektor *food and beverage* memiliki modal yang baik dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga persaingan bisnis di sektor ini bisa dikatakan sangat kompetitif. Mereka diwajibkan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan jasa serta meningkatkan efisiensi operasional agar tetap bisa bersaing. Selain itu, sektor ini juga memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena produk-produk pada sektor ini memiliki sifat konsumtif dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam era bisnis yang semakin kompetitif di Indonesia, perusahaan harus terus berinovasi dan meningkatkan kinerja untuk tetap berada di atas persaingan dan mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap perusahaan sektor *food and beverage* harus terus mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaannya untuk tetap relevan dan sukses dalam industri tersebut.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang sudah dicapai oleh perusahaan yang digunakan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melewati proses kegiatan selama beberapa tahun sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan berperan penting dalam mengembangkan suatu perusahaan yang membuat para peneliti tertarik melakukan penelitian yang berkaitan tentang kinerja, motivasi, dan praktik suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran para pemegang saham juga tinggi. Menurut Pratama & Dharma (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*,

profitabilitas, dan likuiditas dimana ketiga faktor tersebut berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa keputusan yang diambil manajemen perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan baik itu dalam pembagian keuntungan atau kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek yang sangat perlu diperhatikan, karena semua hal tersebut berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Jika nilai perusahaan tidak stabil, ini akan menurunkan kepercayaan investor dan berdampak negatif bagi perusahaan. Akibatnya, banyak investor yang mungkin menarik saham mereka, sehingga modal perusahaan berkurang dan kegiatan operasionalnya terganggu. Fenomena yang terkait dengan nilai perusahaan dapat dilihat dari fluktuasi perubahan harga saham yang ada di perusahaan sub sektor *food and beverage* tahun 2020-2023, perubahan harga saham dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Harga Saham Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage*

No	Kode Perusahaan	Harga			
		2020	2021	2022	2023
1	INDF	6850	6325	6725	6450
2	ADES	1460	3290	7175	9675
3	ULTJ	1600	1570	1475	1600
4	PANI	116	1725	950	4900
5	CLEO	500	470	555	710
6	MLBI	9700	7800	8950	7750
7	KEJU	1355	1185	1430	1155
8	MYOR	2710	2040	2500	2490

Sumber: www.idx.co.id (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa harga saham selama 4 tahun terakhir yaitu tahun 2020-2023 mengalami fluktuasi yang signifikan, dimana harga saham tertinggi tahun 2020 dipegang oleh Multi Bintang Indonesia Tbk sebesar 9700 dan harga saham terendah dipegang oleh Pratama Abadi Nusa

Industri Tbk sebesar 116. Harga saham tertinggi tahun 2021 dipegang oleh Multi Bintang Indonesia Tbk sebesar 7800 dan harga saham terendah dipegang oleh Sariguna Primatirta Tbk sebesar 470. Harga saham tertinggi tahun 2022 dipegang oleh Multi Bintang Indonesia Tbk sebesar 8950 dan harga saham terendah dipegang oleh Sariguna Primatirta Tbk sebesar 555. Harga saham tertinggi tahun 2023 dipegang oleh Akasha Wira International Tbk sebesar 9675 dan harga saham terendah dipegang oleh Sariguna Primatirta Tbk sebesar 710.

Berdasarkan fenomena diatas, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan hal yang menarik untuk diteliti dan menjadi urgensi dalam penelitian ini. Nilai perusahaan sendiri dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dari perusahaan dimana faktor tersebut sering digunakan oleh calon investor untuk menilai bagaimana kemampuan perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut di antaranya seperti profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan hutang, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu dengan menggunakan sumber seperti aset, modal atau penjualan perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan memperoleh keuntungan bisa diukur melalui modal sendiri ataupun dari seluruh dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang cukup tinggi akan dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga perusahaan bisa mendapatkan dana yang cukup, dan selanjutnya dana

tersebut digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Dwipa, dkk. 2020). Profitabilitas yang tinggi pula merupakan hal yang baik bagi investor dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat berjalan dalam kondisi baik dan menguntungkan. Hal ini merupakan insentif bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan hal ini dapat meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat. Menurut Firda, dkk. (2021), profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat, hal ini membuktikan bahwa investor tertarik pada perusahaan yang memiliki profitabilitas yang baik. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imnana, dkk. (2023) yang memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan cenderung memilih laba tersebut untuk *retained earnings* (laba ditahan), bukan untuk tujuan dibagikan kepada para pemegang saham melalui pembagian dividen.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam melaksanakan kewajiban jangka pendek perusahaan. Rasio likuiditas yang tinggi dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang maksimal dalam menggunakan aset lancar milik perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan dan akan menjadi menentukan persepsi investor ketika mengambil keputusan investasi pada suatu perusahaan (Oktaviarni, dkk. 2019). Menurut Abas & Darmayanti (2023), likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai

perusahaan. Likuiditas yang tinggi belum tentu baik bagi suatu perusahaan, karena tidak dapat menjadi jaminan perusahaan dapat membayar utangnya saat jatuh tempo. Likuiditas yang tinggi dapat menurunkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, likuiditas yang tinggi juga belum tentu memberi jaminan utang perusahaan dapat dibayarkan karena aktivitas utang lancar yang besar lebih didominasi oleh komponen piutang tak tertagih. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma & Mahroji (2024) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa, tingkat nilai yang tinggi dari likuiditas dapat membuat peningkatan atas nilai dari suatu perusahaan. Tingkat likuiditas yang besar mampu memberikan nilai yang tinggi pada perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tertarik untuk menanamkan modalnya, suatu perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya. Likuiditas yang memberikan pengaruh positif ini dapat dijelaskan dengan beberapa faktor diantaranya seperti, meningkatkan reputasi perusahaan sehingga ini akan meningkatkan harga saham.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan pemakaian utang yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya bertujuan untuk kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* juga dapat digunakan sebagai alat perusahaan untuk meningkatkan modal dalam rangka untuk meningkatkan keuntungan didalam perusahaan. Utang biasanya berasal dari pembiayaan lainnya atau bank. Perusahaan yang selama ini melakukan pembiayaan dengan utang dinilai tidak sehat karena dapat menurunkan laba.

Kenaikan dan penurunan tingkat utang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningrum & Sunarto (2023), *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penggunaan *leverage* yang besar dapat meningkatkan beban yang harus ditanggung oleh perusahaan. Semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi juga resiko dalam berinvestasi. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih rendah. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadhifah & Mildawati (2020) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan *leverage* dapat memberikan sinyal pada pasar dimana sinyal tersebut mempunyai dua macam arti yaitu *goodnews* (berita baik) dan *badnews* (berita buruk). Peningkatan *leverage* dapat memberikan berita baik jika dilihat dari sudut pandang jumlah utang perusahaan dan pengelolaan utang tersebut yang dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan, sehingga hal tersebut berdampak pada semakin besar dan tingginya minat investor untuk berinvestasikan pada perusahaan yang menyebabkan peningkatan pada harga saham.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan utang. Kebijakan utang merupakan kebijakan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai menggunakan utang. Tinggi rendahnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh penggunaan utang dimana penggunaan utang bagi perusahaan mempunyai efek yang sangat rentan. Semakin tinggi rasio utang yang ditetapkan oleh suatu perusahaan pada tingkatan tertentu, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Dwiastuti & Dillak, 2019). Namun, nilai

perusahaan bisa saja menurun karena penggunaan utang semakin tinggi, sebab manfaat yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan biaya yang ditimbulkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Suryono (2019) yang menyatakan bahwa kebijakan utang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa perusahaan dalam membiayai asetnya cenderung memilih menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham dibandingkan menggunakan utang. Penggunaan utang yang terlalu berlebihan akan mengurangi manfaat yang diperoleh dari penggunaannya. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas & Utiyati (2022) yang menyatakan bahwa kebijakan utang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Keputusan kebijakan utang merupakan sinyal bagi para investor, perusahaan yang dapat memanfaatkan dan mengelola utang dengan baik dan maksimal dilihat sebagai perusahaan yang memiliki peluang yang cerah dimasa kini maupun dimasa yang akan datang, sehingga bisa berdampak terhadap nilai perusahaan yang akan semakin meningkat.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dapat dipilih dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan, total aset, rata-rata total aset dan rata-rata tingkat penjualan perusahaan tersebut. Perusahaan sendiri dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni perusahaan yang berskala kecil dan perusahaan yang berskala besar. Semakin

besar skala ukuran perusahaan maka ada kecondongan akan lebih banyak investor yang memilih perusahaan tersebut, hal ini bisa disebabkan karena perusahaan yang berskala besar cenderung memiliki kondisi yang stabil (Dewantari, dkk. 2019). Adapun penelitian yang dilakukan oleh Abas & Darmayanti (2023) yang menyatakan variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak menjadi faktor penting bagi para investor dalam memilih dan menilai suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan tidak bisa menjamin laba yang didapat juga akan semakin besar, begitupun sebaliknya. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningrum & Sunarto (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diartikan jika nilai perusahaan tinggi itu menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dinilai sangat baik dan mampu menciptakan nilai bagi perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula perhatian perusahaan dalam berinvestasi, karena perusahaan besar akan cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil.

Beberapa penelitian yang terdahulu masih terlihat adanya perbedaan dan ketidakkonsistenan di dalam hasil penelitian atas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sehingga perlu dilakukannya uji ulang dengan periode dan sampel yang berbeda. Dengan adanya perbedaan dan ketidakkonsistensi hasil dari beberapa penelitian maka penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat meyakini bahwa faktor-faktor dalam karakteristik

perusahaan tersebut benar-benar dapat berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan dimana faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai informasi dan indikator bagi para investor dalam menentukan keputusan para investor saham. Selain itu nilai perusahaan merupakan penelitian yang dianggap sangat perlu untuk dikaji berulang-ulang karena peneliti berpikiran bahwa nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan perekonomian di masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *leverage* perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kebijakan hutang perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi serta referensi yang dapat memperluas ilmu pengetahuan khususnya mengenai analisis

faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2023.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi para investor terkait dengan faktor-faktor yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai masukan yang bermanfaat dalam melaksanakan investasi perusahaan di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal adalah suatu tindakan yang dipilih oleh manajemen perusahaan yang bertujuan untuk memberi petunjuk kepada para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan di masa yang akan datang (Brigham & Houston, 2019:184). Selain itu, investor dan manajer memiliki kesamaan informasi mengenai prospek perusahaan. Namun kenyataannya, manajer seringkali memiliki informasi yang lebih baik daripada investor karena adanya asimetri informasi (*asymmetric information*). Teori ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai pengumuman dapat memberikan sinyal kepada investor yang bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi melalui laporan keuangan.

Asimetri informasi dapat terjadi di antara dua kondisi ekstrim yaitu perbedaan kecil informasi yang tidak mempengaruhi manajemen, atau perbedaan yang sangat mempengaruhi manajemen dan harga saham. Faktor yang dapat mempengaruhi asimetri informasi mungkin tidak akan dipublikasikan oleh manajer karena akan berdampak pada harga saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi asimetri informasi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberi sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang.

Menurut Septriana & Mahaeswari (2019) Manajemen menggunakan sinyal sebagai alat untuk memberikan informasi kepada investor dan menunjukkan apakah tujuan pemegang saham telah tercapai. Sinyal ini berisi informasi penting yang membantu investor membuat keputusan investasi. Investor akan menganalisis dan memahami informasi yang diberikan perusahaan, dan menentukan apakah sinyal tersebut merupakan sinyal positif atau sinyal negatif. Jika sinyal positif, investor akan menilai perusahaan memiliki kualitas dan prospek yang baik sehingga meningkatkan keinginan untuk berinvestasi. Kenaikan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun, jika sinyal negatif, keinginan investor untuk berinvestasi akan menurun sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang kemudian juga akan menurun.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah refleksi dari bagaimana investor memandang perusahaan. Nilai perusahaan sendiri sangat penting karena itu adalah gambaran dari kinerja perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, serta menjadi indikasi yang komprehensif terhadap penilaian pasar terhadap perusahaan. Perusahaan yang telah melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau telah menawarkan saham ke pasar publik disebut sebagai persepsi investor terhadap perusahaan tersebut (Husnan, 2019:117). Harga saham tinggi membuat perusahaan mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi juga. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Pemilik

perusahaan selaku pemegang saham juga memiliki keinginan agar nilai perusahaannya tinggi karena akan mendapatkan prestasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan pemilik perusahaan.

Nilai perusahaan sekali lagi sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran para pemegang saham (investor). Nilai perusahaan yang biasanya dibentuk dari harga pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Berdasarkan dengan teori sinyal, pengeluaran investasi menunjukkan sinyal positif tentang pertumbuhan aset perusahaan di waktu yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham sebagai indeks nilai perusahaan.

Menurut Indrarini (2019:15), pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian (*valuation ratio*). Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan, yang terdiri dari:

1. *Price to book value* (PBV)

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. PBV menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, maka pasar lebih percaya akan prospek perusahaan dan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap modal yang diinvestasikan.

2. *Price earning ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) yaitu harga yang dibayar pembeli jika

perusahaan dijual. PER adalah perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat mengetahui apakah harga sahamnya tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan.

3. Tobin's Q

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

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan akan diukur dengan *Price To Book Value (PBV)*. PBV merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya (Lestari & Suhardi, 2020). Menurut Dharma, dkk. (2022), alasan penggunaan PBV dalam suatu penelitian karena rasio ini disebut oleh para investor sebagai pilihan yang sangat tepat dalam menentukan nilai saham untuk perusahaan yang secara konsisten menawarkan harga yang wajar untuk saham yang akan dibeli atau dijual. Dengan demikian, pilihan ini nantinya dapat membantu para investor dalam pengambilan keputusan dan juga memprediksi potensi keuntungan dan kerugian di masa mendatang.

2.1.3 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019:198), profitabilitas merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, dan memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Cara yang dapat dilakukan untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan ada bermacam-macam dan tergantung pada laba dari aset atau modal mana yang akan menjadi perbandingan antara satu dengan yang lainnya. Tujuan utama dari perusahaan adalah memperoleh laba dan dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung membiayai perusahaan dengan modal sendiri yaitu laba ditahan dan juga saham.

Rasio profitabilitas dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu, sekaligus menjadi tolok ukur keberhasilan manajemen dalam mengelola operasi perusahaan (Septiana, 2019). Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian lebih, karena untuk melangsungkan hidupnya perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan, akan sulit bagi perusahaan untuk mendapatkan modal dari luar atau dengan kata lain dari investor. Analisis profitabilitas sangat penting bagi investor dan kreditor. Bagi investor, laba adalah faktor penentu perubahan nilai efek sedangkan bagi kreditor, laba adalah sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Selain itu tingkat profitabilitas dapat dapat memberikan petunjuk seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, untuk itu diperlukan suatu alat untuk bisa menilainya.

Menurut Kasmir (2019:201), terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang biasanya digunakan untuk menilai dan mengukur tingkat profitabilitas perusahaan dalam suatu periode tertentu, di antaranya:

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

Profit margin on sale atau rasio margin, merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rasio ini diukur dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih perusahaan.

2. *Return on asset* (ROA)

Return on Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. ROA digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah atau dana yang dialokasikan dalam total aset.

3. *Return on investment* (ROI)

Return on Investment (ROI) adalah rasio yang menunjukkan *return* atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga digunakan sebagai ukuran efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya, sehingga dapat diukur seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari investasi yang dilakukan.

4. *Return on equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri adalah rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri. ROE menunjukkan efisiensi penggunaan modal

sendiri, sehingga makin tinggi rasio ini, makin baik posisi pemilik perusahaan.

5. Laba per lembar saham (*earning per share*)

Rasio per lembar saham (*earning per share*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah menunjukkan manajemen belum berhasil memuaskan pemegang saham, begitu juga sebaliknya. Tingkat pengembalian yang tinggi juga menunjukkan bahwa manajemen telah berhasil meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Semakin tinggi ROA, semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan menjadi tinggi. Menurut Muhibah & Yunus (2020) alasan memilih ROA dalam menghitung profitabilitas karena dapat memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba secara keseluruhan.

2.1.4 Likuiditas

Kasmir (2019:129) menyatakan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dalam arti, jika perusahaan ditagih, rasio ini akan dapat menunjukkan apakah perusahaan dapat memenuhi utang yang telah jatuh tempo, serta memastikan keberlangsungan operasionalnya. Rasio ini dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu utang lancar dan aset lancar. Rasio likuiditas memiliki fungsi untuk menunjukkan dan

mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.

Terdapat dua hasil penilaian terhadap pengukuran rasio likuiditas yaitu apabila suatu perusahaan dapat memenuhi kewajibannya dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya maka dapat diartikan perusahaan tersebut dalam keadaan likuid. Rasio ini juga dapat menunjukkan sejauh mana kewajiban lancar ditutupi oleh aset yang diharapkan dapat diubah menjadi kas dalam waktu dekat. Semakin besar perbandingan aset lancar dengan utang lancar maka dapat diartikan bahwa semakin tinggi pula kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

Menurut Kasmir (2019:130) Terdapat beberapa jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya, yaitu:

1. Ratio lancar (*current ratio*)

Menurut Kasmir (2019:134), *current ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek, seperti utang yang akan segera jatuh tempo. Rasio ini juga dapat diinterpretasikan sebagai seberapa banyak aset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban atau utang jangka pendek, sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban tersebut.

2. Ratio lancar (*quick ratio*)

Menurut Kasmir (2019:137) rasio lancar adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang jangka pendek dengan aset lancar, tetapi tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*) . Dalam perhitungan ini, nilai persediaan diabaikan dengan cara mengurangi total aset lancar dengan nilai persediaan. Hal ini dilakukan karena persediaan dianggap membutuhkan waktu yang relatif lama untuk dapat diubah menjadi uang (*cash*) ketika perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya.

3. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio kas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan uang kas yang tersedia untuk membayar utang (Kasmir, 2019:138). Ketersediaan uang kas ditunjukkan oleh jumlah dana kas yang tersedia atau yang setara dengan kas, menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat menggunakan uang kas untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya.

Dalam penelitian ini likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio* (CR) untuk mengukur bagaimana kemampuan perusahaan ketika melunasi kewajiban jangka pendek yang akan jatuh tempo dengan total aset lancar yang digunakan. Menurut Purwaningtyas (2019), CR dipilih untuk menghitung likuiditas karena jika kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya lancar ini akan memungkinkan investor menanamkan modalnya, sehingga risiko ditanggung tidak besar. Semakin tinggi tingkat current ratio, maka akan berpengaruh baik terhadap kinerja keuangan perusahaan dan sebaliknya.

2.1.5 *Leverage*

Menurut Kasmir (2019:112) rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan sejauhmana aset perusahaan yang berasal dari utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan bila dibandingkan dengan asetnya. Melalui rasio ini dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya baik jangka pendek ataupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi. Perusahaan yang baik seharusnya memiliki komposisi modal yang lebih tinggi daripada utang. Semakin tinggi rasio *leverage* maka akan dapat menimbulkan risiko kerugian yang besar tetapi juga bisa berkesempatan memperoleh laba yang besar. Sebaliknya jika suatu perusahaan memiliki rasio *leverage* yang rendah tentu perusahaan akan mempunyai risiko kerugian yang kecil terutama pada saat perekonomian sedang menurun. Dikondisi ini manajer keuangan dituntut agar dapat mengelola rasio *leverage* dengan baik dan benar sehingga dapat menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang dihadapi.

Pada *leverage* terdapat lima rasio yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur dan menilai *leverage* (Kasmir, 2019:112), yaitu:

1. *Debt to asset ratio*

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan rasio yang digunakan untuk menentukan perbandingan antara total utang dengan total aset. Dalam arti, rasio ini menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang serta seberapa besar pengaruh utang terhadap pengelolaan aset.

2. *Debt to equity ratio*

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai perbandingan antara utang dan ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membandingkan total utang dengan total ekuitas. Dengan demikian, rasio ini membantu mengetahui seberapa besar setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan atas utang.

3. *Long term debt to equity ratio*

Long term debt to equity ratio merupakan rasio yang membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuan rasio ini adalah untuk mengukur bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dapat menutupi dan menjamin atas utang jangka panjang dengan cara membandingkan keduanya.

4. *Time interest earned ratio*

Time interest earned ratio atau yang juga dikenal sebagai *coverage ratio*, berfungsi mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga dengan cara membandingkan jumlah laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan biaya bunga.

5. *Fixed charge coverage*

Fixed charge coverage memiliki kesamaan dengan *time interest earned ratio*, tetapi memiliki perbedaan, dimana rasio ini digunakan ketika perusahaan memiliki utang jangka panjang atau menyewa aset berdasarkan kontrak sewa.

Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan ekuitas. Menurut Harahap (2022),

alasan memilih DER sebagai indikator untuk menghitung *leverage* dikarenakan rasio ini dapat mengukur perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang dapat ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk melunasi utang.

2.1.6 Kebijakan Hutang

Menurut Kasmir (2019:348), kebijakan utang adalah strategi yang digunakan untuk menentukan seberapa besar aktivitas perusahaan yang dibiayai dengan utang. Utang adalah sumber pembiayaan yang berasal dari luar perusahaan. Tingkat utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga yang dapat mengurangi pajak penghasilan. Namun, utang yang terlalu tinggi dapat membuat laporan keuangan tidak seimbang dan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, pengembalian yang kecil atas laba yang diperoleh perusahaan karena pelunasan utang juga dapat mempengaruhi keputusan investor untuk tidak berinvestasi pada perusahaan yang pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, besar kecilnya penggunaan utang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kebijakan utang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari luar, beberapa perusahaan menganggap bahwa penggunaan utang lebih aman daripada menerbitkan saham baru (Natanael, 2021).

Menurut Kasmir (2019:155) adapun beberapa pengukuran yang dapat digunakan untuk menghitung kebijakan utang, salah satunya yaitu:

1. *Debt to asset ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menentukan perbandingan antara total utang dengan total aset. Dalam arti, rasio ini menunjukkan seberapa

besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang serta seberapa besar pengaruh utang terhadap pengelolaan aset.

2. *Debt to equity ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai perbandingan antara utang dan ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membandingkan total utang dengan total ekuitas. Dengan demikian, rasio ini membantu mengetahui seberapa besar setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan atas utang.

Dalam penelitian ini kebijakan utang diukur dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR). DAR merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan total utang dengan total aset. Menurut Andhani (2019), alasan digunakannya DAR dalam menghitung kebijakan hutang karena DAR dapat melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan total utang. Semakin tinggi rasio ini, semakin banyak uang pinjaman yang digunakan perusahaan untuk investasi demi mendapatkan keuntungan. Selain itu, alasan penggunaan DAR dalam penelitian ini karena DAR secara langsung mengukur proporsi utang dalam struktur modal perusahaan, memberikan wawasan tentang seberapa besar perusahaan mengandalkan pembiayaan utang untuk mendanai operasinya.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala atau nilai yang biasanya menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan, dan kapitalisasi pasar (Kasmir, 2019:197). Perusahaan pastinya ingin berkembang agar ukuran perusahaan menjadi besar. Ukuran perusahaan

ini lah yang akan menjadi nilai yang digunakan untuk menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Total aset yang dimiliki adalah salah satu cara untuk menilai ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sudah berada dalam tahap kematangan dimana tahap ini arus kas pada perusahaan sudah bernilai positif dan perusahaan dianggap sudah memiliki prospek yang baik untuk masa yang akan datang, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu untuk menghasilkan keuntungan dibanding dengan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil.

Ukuran perusahaan pada umumnya dapat dikelompokkan kedalam beberapa kelompok, di antaranya seperti perusahaan besar, perusahaan sedang dan juga perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mendapatkan perhatian dari investor atau calon investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Peningkatan nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari peningkatan total aset dalam neraca perusahaan yang lebih besar daripada total utang perusahaan.

Menurut Sartono (2019:249) Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan tiga cara, yaitu:

1. Total aset

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2. Total penjualan

Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

3. Kapitalisasi Pasar

Kapitalisasi pasar adalah ukuran total nilai pasar dari semua saham yang beredar dari sebuah perusahaan. Ketika harga per saham meningkat, maka secara otomatis kapitalisasi pasar juga akan meningkat. Ini mengindikasikan bahwa investor menilai perusahaan tersebut semakin berharga.

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset. Menurut Dwiastuti & Dillak (2019), alasan menggunakan indikator total aset untuk menghitung ukuran perusahaan dikarenakan total aset perusahaan memberikan hasil yang lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan dan akan lebih relevan jika dibandingkan menghitung ukuran perusahaan menggunakan nilai kapitalisasi pasar.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penulis mendapatkan banyak teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Banyak penelitian yang sebelumnya telah dilakukan dan memiliki tujuan untuk menentukan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga penelitian tersebut dapat mendukung

penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya banyak referensi penelitian terdahulu, ini dapat memberikan gambaran perbedaan-perbedaan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti.

Dewi & Suryono (2019) meneliti tentang pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas, serta variabel dependen nilai perusahaan. Dengan teknik uji analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah kebijakan hutang, kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rajagukguk, dkk. (2019) meneliti tentang analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, kebijakan hutang dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, dan kebijakan hutang memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Johan & Septariani (2020) meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2018. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear

sederhana. Hasil dari penelitiannya adalah Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diwakilkan dengan rasio *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diwakilkan dengan rasio *Price to Book Value* (PBV).

Nadhifah & Mildawati (2020) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear beganda. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Suardana, dkk. (2020) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, kebijakan hutang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, kebijakan hutang, kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas, keputusan investasi dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Firda, dkk. (2021) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas dan kebijakan deviden secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dewi & Praptoyo (2022) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dwicahyani, dkk. (2022) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, perusahaan *consumer non-cyclicals*. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional serta variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nuryatin, dkk. (2022) meneliti tentang pengaruh kebijakan utang, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen kebijakan hutang, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan

menggunakan teknik analisis regresi data panel. Hasil dari penelitiannya adalah kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya kebijakan hutang berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif.

Pamungkas & Utiyati (2022) meneliti tentang pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas, serta variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik uji analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah kebijakan hutang dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Abas & Darmayanti (2023) meneliti tentang pengaruh profitabilitas likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan serta variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Imnana, dkk. (2023) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage*. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen profitabilitas dan

leverage serta variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi data panel. Hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Wahyuningrum & Sunarto (2023) meneliti tentang pengaruh likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen likuiditas, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan, dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pratama & Dharma (2023) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen *leverage*, profitabilitas dan likuiditas, dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rendy & Sudirgo (2023) meneliti tentang pengaruh *leverage*, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menggunakan variabel independen *leverage*, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan, dan variabel dependen nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitiannya adalah *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai

perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya terletak pada metode pengumpulan data yaitu menggunakan metode dokumentasi, dimana pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari, mengamati, dan mencatat dokumen-dokumen perusahaan. Persamaan yang kedua yaitu pada teknik analisis data beberapa penelitian sebelumnya yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Selain itu, penelitian sebelumnya juga menggunakan variabel dependen yang sama yaitu nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya terdapat pada lokasi, dan periode penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan hutang dan ukuran perusahaan. Lokasi dan periode yang diteliti juga berbeda, penelitian ini menggunakan perusahaan sub sektor *food and beverage* sebagai lokasi penelitian dan periode tahun yang digunakan adalah 2020-2023.