

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri food & beverage merupakan bagian dari perekonomian yang meliputi seluruh tahapan, mulai dari pengolahan hingga penjualan produk makanan dan minuman. Subsektor ini juga memiliki peran besar dalam membuka lapangan kerja, sekaligus menjadi penunjang bagi perkembangan pariwisata, perhotelan dan ritel (Universitas Stikubank, 2024). Minat masyarakat terhadap makanan siap saji turut mendorong pertumbuhan jumlah perusahaan di subsektor ini. Makanan cepat saji merupakan jenis makanan yang proses penyajiannya praktis dan bisa langsung disantap, contohnya burger, kentang goreng, pizza hingga minuman bersoda (Hidayah et al., 2023). Umumnya, makanan cepat saji digolongkan sebagai makanan kurang sehat karena kandungan nutrisinya terbatas, sementara kadar garam, gula, lemak dan kalornya cukup tinggi. Jika dikonsumsi terlalu sering, kebiasaan ini dapat menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan, baik pada anak-anak, remaja, maupun orang dewasa, seperti meningkatkan risiko hipertensi, obesitas dan diabetes. Sebagai konsekuensinya, persaingan antara perusahaan-perusahaan akan semakin ketat. Hal ini mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Persaingan yang ketat mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan, pengoptimalan nilai perusahaan dianggap sebagai tujuan yang

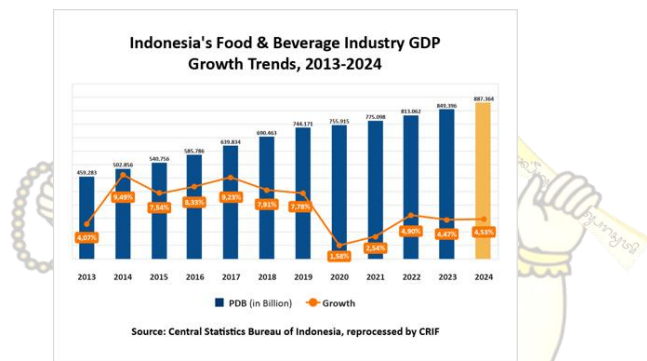
lebih relevan, karena hal ini mencerminkan peningkatan nilai saat ini dari seluruh keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham di masa mendatang (Muharramah & Hakim, 2021).

Nilai perusahaan merupakan cerminan keberhasilan dan kinerja perusahaan yang dinilai oleh investor melalui harga saham di pasar, dimana harga saham tersebut mencerminkan peluang investasi yang baik (Yumitallina et al., 2024). Adanya sinyal yang positif maka akan mampu menghasilkan potensi keuntungan bagi para investor dan prospek perusahaan di masa depan, terutama untuk peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan publik atau emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki peran besar dalam perkembangan pasar modal di Indonesia, terutama di sektor manufaktur. Perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI mencakup berbagai subsektor industri utama dan berkontribusi dalam mendukung aktivitas sektor industri lainnya, sehingga dapat mencerminkan respons di pasar modal. Sebagai bagian penting dari ekosistem industri, perusahaan manufaktur seharusnya mampu mempertahankan keberadaannya di pasar modal lebih baik dibandingkan perusahaan dari sektor lain (Pajak.com, 2024). Hal ini menjadi semakin krusial mengingat jumlah perusahaan di BEI terus bertambah, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam menarik pendanaan dari para investor.

Industri manufaktur, khususnya di subsektor food & beverage di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya, meskipun dalam periode 2022–2024 sempat mengalami penurunan pertumbuhan yaitu pada tahun 2023.

Namun, sektor ini kembali mencatat peningkatan pada tahun 2024 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1 (CRIF Indonesia, 2024).

Tabel 1.1
Perkembangan Food & Beverage 2022-2024



Peningkatan daya beli masyarakat dan perubahan gaya hidup menjadi faktor pendorong meningkatnya permintaan terhadap produk *food and beverage*, baik dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil maupun normal kebutuhan akan produk dari sektor ini tetap terjaga. Oleh karena itu, hal tersebut menjadikan industri *food and beverage* sebagai salah satu sektor besar dengan potensi pertumbuhan yang besar dan berkembang dengan cepat di Indonesia (Bussines Indonesia, 2023).

Fenomena terkait nilai perusahaan dapat terlihat dari data (Kementrian Perindustrian, 2024) yang menyebut bahwa industri food & beverage berhasil mencatat nilai ekspor sebesar USD 41,69 miliar sepanjang tahun 2023, menjadikannya sebagai penyumbang ekspor terbesar dalam kategori industri pengolahan. Selain kontribusi ekspornya yang besar, industri F&B juga menunjukkan performa pertumbuhan yang positif secara tahunan. Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) yang di kutip dalam

Indonesia.go.id (2024) mencatat bahwa sektor food & beverage mengalami pertumbuhan sebesar 5,82% pada tahun 2023, didorong oleh meningkatnya permintaan dalam negeri serta berkembangnya inovasi produk dan distribusi. Angka-angka ini mencerminkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sektor *food and bevarage* memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja keuangan, memperkuat struktur aset dan memperluas pasar semua faktor yang dapat meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Fenomena kedua terkait nilai perusahaan adalah kinerja salah satu anak usaha Salim Group yang bergerak di industri mi instan dan makanan ringan di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan bisnis makanan ringan yang semakin ketat, PT Indofood terus berupaya meningkatkan kinerja keuangannya tahun ke tahun, dengan kompetisi pasar yang kompetitif maka akan berpengaruh terhadap volume penjualan PT Indofood. Salah satu anak perusahaannya adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), dimana ICBP menunjukkan performa keuangan yang solid pada tahun 2023, ini mencerminkan nilai perusahaan yang kuat. Selama enam bulan pertama tahun tersebut, ICBP mencatat laba bersih sebesar Rp5,72 triliun, meningkat signifikan sebesar 196,63% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya (EmitenNews.com, 2023). Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungannya memberikan indikasi positif terhadap nilai perusahaannya.

Fenomena lain yang terkait dengan nilai perusahaan terlihat pada PT Mayora Indah Tbk (MYOR), yang bergerak di industri food & beverage olahan. Dilansir dari idx.channel.com (2024) dalam artikel berjudul “Laba

Mayora (MYOR) Melonjak 64,4 Persen Jadi Rp 3,19 Triliun di 2023”, MYOR membukukan laba bersih sebesar Rp 3,19 triliun pada tahun 2023. Pencapaian tersebut meningkat sebesar 64,44% dibandingkan laba tahun sebelumnya sebesar Rp1,94 triliun. Peningkatan laba bersih ini tidak terlepas dari pendapatan usaha MYOR yang mencapai Rp 31,48 triliun, naik 2,65% secara tahunan dari Rp 30,66 triliun pada tahun sebelumnya. Peningkatan positif dan signifikan dalam kinerja keuangan pada tahun 2023 menunjukkan kemampuan PT Mayora Indah Tbk dalam memperkuat nilai perusahaan dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi para pemegang saham.

Saat memutuskan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan, investor beranggapan bahwa perusahaan dengan nilai yang tinggi akan memberikan keuntungan maksimal bagi mereka (Hasnawati & Faisol, 2021). Pemilihan perusahaan ini menjadi pertimbangan utama bagi investor sebelum menanamkan modal yang mereka miliki. Semakin besar nilai suatu perusahaan, maka semakin besar pula keuntungan yang dapat dihasilkan. Investor menilai bahwa perusahaan dengan nilai yang tinggi memiliki kemampuan untuk memberikan kesejahteraan bagi para pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan merupakan penilaian yang diberikan oleh investor terhadap keberhasilan serta kinerja suatu perusahaan, yang tercermin dalam harga saham di pasar. Nilai perusahaan yang terbentuk berdasarkan indikator harga saham akan mencerminkan adanya peluang investasi yang menjanjikan. Peluang investasi ini memberikan sinyal positif bagi investor mengenai potensi keuntungan serta prospek perusahaan di masa depan, yang

pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya. Hal ini diwujudkan melalui berbagai upaya untuk meningkatkan atau mengoptimalkan nilai pasar dari harga saham perusahaan yang bersangkutan (Hidayat & Khotimah, 2022).

Keputusan investasi merupakan faktor penting yang berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Keputusan ini melibatkan pengalokasian dana pada saat ini dengan tujuan menghasilkan arus kas di masa mendatang dalam jumlah yang lebih besar, sehingga diharapkan bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan (Arianti, 2022). Keputusan investasi juga berhubungan dengan pemilihan jenis investasi yang berpotensi menghasilkan keuntungan bagi investor. Ketika manajemen mengalokasikan dana perusahaan pada investasi yang tepat, peluang keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya akan meningkat (Ludianingsih et al., 2022).

Namun, dalam pengambilan keputusan investasi terdapat berbagai risiko yang harus diperhitungkan. Risiko tersebut mencakup ketidakpastian terhadap return yang akan diperoleh di masa depan, di mana hasil yang didapat tidak dapat dipastikan, melainkan hanya dapat diharapkan. Dengan demikian, risiko investasi dapat diartikan sebagai perbedaan antara keuntungan yang diperoleh saat ini dengan keuntungan yang diperkirakan sebelumnya. Apabila keputusan investasi dilakukan dengan tepat, maka hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Sebaliknya, keputusan investasi yang keliru dapat berdampak negatif terhadap kelangsungan perusahaan dan menurunkan kepercayaan investor

terhadap citra perusahaan. Hal ini disebabkan oleh peran investasi dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang pada akhirnya akan memengaruhi harga sahamnya (Hasnawati & Faisol, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah & Ramdani (2023), menemukan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut penelitian Asrani dan Handayani (2024), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Beberapa faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah satunya ukuran perusahaan. Perusahaan adalah entitas yang menjalankan proses produksi barang atau jasa secara berkelanjutan dalam suatu lokasi tertentu dengan tujuan memperoleh laba atau pendapatan. Ukuran perusahaan digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana perusahaan telah berkembang. Perbedaan antara perusahaan berskala besar dan kecil sering kali terlihat, terutama dalam hal akses terhadap pendanaan atau modal. Perusahaan besar umumnya memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam memperoleh dana melalui pasar modal, sehingga lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan. Selain itu, perusahaan dengan skala lebih besar cenderung memiliki sumber modal yang lebih beragam, sehingga ukuran perusahaan dapat menjadi indikator kebalikan dari kemungkinan kebangkrutan. Biaya untuk memperoleh utang maupun modal sendiri juga berkaitan dengan ukuran perusahaan. Perusahaan kecil biasanya menghadapi biaya yang lebih tinggi dalam memperoleh modal sendiri serta utang jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan kecil cenderung lebih memilih utang jangka pendek karena biayanya lebih rendah dibandingkan dengan utang

jangka panjang (Silalahi & Sihotang, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah & Ramdani (2023), Aprilia & Triyonowati (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2026) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Cahyaningtias et al. (2026) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperbesar skala usahanya. Pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*) mengacu pada sejauh mana perusahaan dapat memposisikan dirinya dalam sistem ekonomi secara keseluruhan maupun dalam industri yang sama. Baik pihak internal maupun eksternal sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan, karena pertumbuhan yang baik menunjukkan perkembangan yang positif (Silalahi & Sihotang, 2021). Pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini menggambarkan peningkatan penjualan (*sales growth*) yang dapat memengaruhi nilai perusahaan dalam satu periode, biasanya satu tahun. Perubahan ini dapat berupa peningkatan maupun penurunan penjualan yang dialami perusahaan selama periode tersebut. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan pendapatan dari aktivitas operasional. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka semakin besar pula hasil operasional yang diharapkan dapat dicapai. Pertumbuhan perusahaan juga berkaitan dengan teori sinyal, di mana keputusan investasi

dapat memberikan sinyal positif kepada investor. Hal ini disebabkan oleh harapan bahwa melalui investasi yang dilakukan, pertumbuhan perusahaan di masa depan akan semakin meningkat (Arianti, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianti (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Clarinda et al. (2023), menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan saham, dimana salah satunya yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial merujuk pada kondisi di mana anggota manajemen, seperti direksi dan komisaris yang memiliki saham dalam perusahaan serta berperan aktif dalam pengambilan keputusan. Manajer yang memiliki saham tidak hanya bertindak sebagai pengelola bisnis, tetapi juga mengawasi jalannya operasional perusahaan. Kepemilikan ini dianggap mampu menyelaraskan kepentingan antara pemegang saham institusional dan manajemen, sehingga dapat mengurangi kemungkinan perilaku oportunistik. Dengan keterlibatan langsung dalam kepemilikan, manajer akan lebih berhati-hati dalam membuat keputusan, karena setiap kebijakan yang diambil akan berdampak pada kesejahteraan mereka sendiri sebagai pemegang saham (Bagaskara et al., 2021). Kepemilikan manajerial (*insider ownership*) dapat menyebabkan baik keuntungan maupun kerugian bagi perusahaan, karena kepemilikan tersebut berpengaruh terhadap tindakan dan keputusan yang diambil oleh pihak manajemen (Sholikhah & Trisnawati, 2022).

Manajemen berperan sebagai pengelola sekaligus pemilik perusahaan dan akan bertindak demi kepentingan perusahaan jika saham diberikan kepada mereka. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dianggap sebagai indikator untuk menyelaraskan kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan (Sholikhah & Trisnawati, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al. (2024) dan Kruce & Priyadi (2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian oleh Jullia & Finatariyani (2024) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu variabel yang dapat diperhitungkan dalam menentukan nilai perusahaan. Faktor ini memiliki peran krusial, karena agar dapat bertahan, perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya profit, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam menarik investasi dari pihak eksternal. Selain itu, profitabilitas juga menjadi aspek penting bagi manajemen dalam mengelola aset perusahaan secara optimal guna memaksimalkan perolehan laba (Susanto & Suryani, 2024). Profitabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana manajemen menjalankan bisnis secara efektif, yang tercermin dalam keuntungan atas investasi perusahaan. Dengan kata lain, profitabilitas mengukur kinerja keseluruhan perusahaan serta efisiensinya dalam mengelola kewajiban dan modal yang dimiliki.

Rasio profitabilitas menggambarkan hasil akhir dari keputusan operasional dan kebijakan keuangan yang diterapkan oleh perusahaan. Rasio

ini berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan dari aktivitas penjualan serta operasionalnya dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, rasio profitabilitas juga menggambarkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki, termasuk penjualan, aset dan modal. Keuntungan yang diperoleh menjadi faktor penentu bagi investor dalam mempertimbangkan kerja sama. Jika laba perusahaan menurun, investor mungkin akan berpikir ulang sebelum melanjutkan investasi. Sebaliknya, laba yang tinggi cenderung meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor yang ingin menanamkan modalnya (Rohman et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Agustiningsih & Septiani (2022), Susanto & Suryani (2024), menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Clarinda et al. (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi. Subsektor *food and beverage* sendiri sebagai bagian dari industri manufaktur, juga memiliki peran penting dalam perekonomian nasional serta menunjukkan tingkat kompleksitas yang tinggi. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh keputusan investasi, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Ada yang menemukan pengaruh positif, ada juga yang menyimpulkan negatif, bahkan sebagian lainnya tidak

menemukan pengaruh sama sekali. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang masih perlu diteliti. Selain itu, kajian mengenai determinan nilai perusahaan pada sektor *food and beverage*, khususnya pada periode terbaru 2022–2024, juga masih jarang dilakukan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian berfokus untuk menguji lebih lanjut variabel-variabel yang memengaruhi nilai perusahaan pada emiten *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?

5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian, maka tujuan penelitian dilakukan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis dapat dijelaskan melalui Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*) sebagai landasan utama, serta didukung oleh Teori Keagenan (*Agency Theory*) dalam menjelaskan peran kepemilikan manajerial. Teori Pensinyalan menjelaskan bahwa informasi yang disajikan perusahaan dalam laporan keuangan dapat menjadi sinyal bagi investor mengenai kondisi dan prospek perusahaan di masa depan. Informasi seperti keputusan investasi, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan profitabilitas menjadi indikator penting yang dinilai oleh investor dalam menentukan nilai perusahaan. Dengan penyajian informasi yang akurat, lengkap dan relevan, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan menarik minat investor untuk menanamkan modal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan, yaitu dengan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan guna mendorong peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

b. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para investor dalam menangkap sinyal yang disampaikan manajemen perusahaan melalui kebijakan dan kinerja operasional. Dengan pemahaman yang

lebih baik, investor dapat melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan investasi secara lebih tepat sehingga berpotensi memperoleh peluang lebih besar dalam meningkatkan nilai investasi mereka.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*Signaling Theory*) atau dalam bahasa Indonesia dikenal juga sebagai Teori Pensinyalan pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence dalam penelitiannya yang berjudul “Job Market Signaling” pada tahun 1973. Teori ini melibatkan dua pihak, yaitu pihak dalam yang memberikan sinyal dalam hal ini manajemen perusahaan dan pihak luar yang menerima sinyal, seperti para investor. Menurut Spence (1973) dalam Choudhury (2024), menyatakan bahwa teori sinyal, membantu manajemen agar berupaya menyampaikan informasi yang relevan agar dapat dimanfaatkan oleh investor. Penyampaian informasi ini dilakukan melalui pemberian sinyal atau isyarat kepada investor. Selanjutnya, investor akan berusaha memahami sinyal yang diterima dan mengambil keputusan berdasarkan interpretasinya terhadap sinyal tersebut. Apabila laporan keuangan suatu perusahaan menunjukkan kinerja yang kurang baik, investor cenderung mencari alternatif perusahaan lain untuk menginvestasikan dananya. Oleh karena itu, teori sinyal dapat digunakan sebagai alat untuk memperkirakan potensi kerugian yang mungkin dialami oleh suatu perusahaan. Teori sinyal berperan sebagai media untuk melihat laporan keuangan sebagai sarana utama bagi perusahaan untuk menunjukkan berbagai kebijakan dan langkah yang sudah ditempuh demi

menjaga kepentingan pemegang saham (Agus & Sutanto, 2022). Informasi yang tersaji di dalamnya membantu investor menilai kinerja dan arah perkembangan perusahaan baik dari sisi rekam jejak, kondisi terkini, maupun peluang di masa depan. Karena itu, penyampaian informasi yang benar-benar akurat, relevan, transparan dan disajikan tepat waktu menjadi hal yang penting agar investor merasa yakin dalam mengambil keputusan investasi. Kualitas informasi yang terjaga tidak hanya mendukung proses pengambilan keputusan, tetapi juga memperkuat reputasi serta persepsi positif perusahaan di mata pasar.

Teori sinyal merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk membantu investor memahami bagaimana mereka melihat prospek perusahaan ke depan. Teori ini muncul akibat adanya perbedaan tingkat informasi yang dimiliki oleh pihak *internal* (dalam perusahaan) dan pihak *eksternal* (di luar perusahaan), di mana pihak eksternal memiliki akses informasi yang lebih terbatas dibandingkan pihak internal. Untuk mengurangi kesenjangan informasi tersebut, pihak internal berusaha memberikan sinyal berupa informasi penting kepada pihak eksternal, khususnya dalam bentuk informasi keuangan yang dapat dipercaya. Upaya ini bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian terkait nilai perusahaan di masa mendatang. Salah satu cara penyampaian informasi ini adalah melalui publikasi laporan keuangan perusahaan dalam periode tertentu. Setelah diterima oleh pihak eksternal, informasi tersebut akan dianalisis guna menentukan apakah sinyal yang diberikan merupakan prospek yang positif atau justru prospek yang negatif bagi perusahaan.

Sinyal yang dimaksud mengacu pada informasi yang dapat dinilai sebagai sinyal positif, di mana sinyal ini memberikan keyakinan kepada pihak eksternal bahwa mereka akan memperoleh imbal hasil (Spence 1973 dalam Choudhury, 2024). Sebaliknya, jika sinyal yang diterima bersifat negatif, maka investor tidak mengharapkan keuntungan dari investasi tersebut. Ketika pihak eksternal menanggapi informasi tersebut sebagai sinyal positif, mereka dapat membedakan perusahaan mana yang lebih berkualitas untuk dijadikan tempat investasi. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya, perusahaan akan mendapatkan dampak positif, seperti peningkatan harga saham serta kenaikan nilai perusahaan. Namun, apabila informasi yang diperoleh diartikan sebagai sinyal negatif, maka investor akan kehilangan minat terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan harga saham serta berdampak pada turunnya nilai perusahaan.

Hubungan antara teori sinyal dan nilai perusahaan terletak pada bagaimana nilai perusahaan dapat memberikan sinyalnya kepada para investor. Nilai perusahaan yang tinggi akan menjadi sinyal positif, sedangkan nilai perusahaan yang rendah dapat dianggap sebagai sinyal negatif. Hal ini terjadi karena investor memiliki motivasi utama untuk memperoleh keuntungan dari investasinya. Oleh karena itu, perusahaan dengan nilai yang kurang baik cenderung dihindari oleh investor. Dengan kata lain, investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang dianggap tidak memiliki prospek yang menguntungkan.

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976. Menurut Jensen & Meckling 1976 dalam Khandelwal et al. (2023), hubungan keagenan terjadi ketika satu pihak atau lebih (*principal*) mempekerjakan pihak lain (*agent*) untuk menjalankan suatu tugas atau layanan serta mendelegasikan kewenangan dalam pengambilan keputusan. Inti dari hubungan ini terletak pada pemisahan antara kepemilikan yang berada di tangan investor dan pengelolaan yang dilakukan oleh manajemen. Ketika peran pemegang saham dan manajemen terpisah, potensi terjadinya konflik keagenan meningkat. Hal ini terjadi karena manajemen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham, yang pada akhirnya memicu timbulnya biaya keagenan (*agency cost*). Biaya ini mencakup pengeluaran yang dilakukan oleh pemilik untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan manajemen guna memastikan bahwa keputusan yang diambil sejalan dengan upaya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Jika keputusan manajemen tidak mendukung tujuan utama pemegang saham, maka dapat berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan (Margaret, 2022).

Good Corporate Governance (GCG) berperan penting sebagai mekanisme pengendalian konflik keagenan yang membantu meyakinkan investor bahwa perusahaan dapat memberikan keuntungan serta memastikan bahwa manajer tidak akan menyalahgunakan modal yang telah diinvestasikan (Gunawan et al., 2024). Salah satu komponen GCG

mencakup kepemilikan manajerial, yang berfungsi untuk menyelaraskan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Dengan keterlibatan manajer sebagai pemegang saham, mereka turut merasakan dampak dari setiap keputusan dan kebijakan yang diambil. Jika perusahaan mengalami kerugian, manajer juga harus menanggung konsekuensi dari kesalahan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan dapat secara tidak langsung mengurangi konflik keagenan dan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Firdaus et al., 2024).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat kesuksesan perusahaan, yang umumnya dikaitkan dengan harga saham. Meningkatkan nilai perusahaan menjadi tujuan utama yang terus diupayakan, karena nilai tersebut berperan sebagai indikator keberhasilan suatu perusahaan (Susanto & Suryani, 2024). Nilai perusahaan merupakan harga saham yang beredar di pasar saham, yang harus dibayar oleh investor untuk memiliki perusahaan yang telah terpublikasi. Nilai perusahaan tercermin dari kekuatan tawar-menawar saham di pasar. Jika perusahaan dipandang memiliki prospek yang cerah di masa depan, nilai sahamnya akan semakin meningkat. Pada umumnya, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (Silalahi & Sihotang, 2021). Menurut Alhayra et al. (2024) Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli atau investor jika perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar

keuntungan atau kemakmuran yang diperoleh pemiliknya. Nilai perusahaan juga menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor sebelum berinvestasi, karena mereka perlu menilai sejauh mana nilai perusahaan tersebut dapat memengaruhi keputusan investasi mereka.

Selain itu, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakteristik perusahaan serta tata kelola yang diterapkan. Salah satu indikator yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah Tobin's Q. Konsep Tobin's Q pertama kali diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1969 (Tharavanij, 2024). Nilai perusahaan berkaitan dengan Tobin's Q karena rasio ini mencerminkan bagaimana pasar memandang potensi dan prospek perusahaan dibandingkan dengan nilai aset fisiknya. Jika Tobin's Q tinggi (lebih dari satu), itu menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan melebihi nilai aset yang dimiliki, yang biasanya berarti investor percaya perusahaan memiliki peluang pertumbuhan dan profitabilitas yang baik. Dengan begitu, nilai perusahaan secara keseluruhan dianggap tinggi. Sebaliknya, jika Tobin's Q rendah (kurang dari satu), pasar menilai perusahaan kurang dari biaya asetnya, menandakan bahwa prospek perusahaan kurang menarik, sehingga nilai perusahaan menjadi lebih rendah. Jadi, Tobin's Q bisa dijadikan indikator penting untuk menilai seberapa besar nilai perusahaan menurut pandangan pasar.

2.1.4 Keputusan Investasi

Keputusan investasi menjadi bagian penting dalam perusahaan karena berkaitan dengan hasil keuntungan yang diterima. Menurut Nurvita

(2022), keputusan investasi berkaitan dengan bagaimana perusahaan memperoleh dan mengelola sumber dana untuk mendukung kegiatan operasional dan aktivitas bisnisnya. Keputusan ini juga dapat diartikan sebagai langkah strategis dalam menentukan struktur modal perusahaan, yang mencakup kombinasi antara utang jangka pendek, utang jangka panjang dan modal sendiri. Keputusan investasi memiliki peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Semakin besar investasi yang dilakukan perusahaan, semakin tinggi peluangnya untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Ketika perusahaan melakukan keputusan investasi dalam skala besar, hal ini dapat memberikan sinyal positif kepada investor, sehingga meningkatkan minat mereka untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur keputusan investasi adalah Price Earning Ratio (*PER*). Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor bersedia membayar untuk setiap unit laba yang dihasilkan oleh perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya (Melina & Endri, 2026). *PER* dihitung dengan membandingkan harga pasar per saham dengan laba per saham (*EPS*), sehingga rasio ini menjadi indikator penting dalam menilai ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan. Semakin tinggi *PER*, semakin besar harapan investor terhadap pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor optimis terhadap prospek bisnis perusahaan, sehingga akan siap untuk membayar lebih untuk sahamnya. *PER* yang tinggi juga mencerminkan bahwa saham memiliki risiko yang lebih rendah, karena

investor percaya pada stabilitas dan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, rasio PER yang tinggi menunjukkan bahwa investor puas dengan pendapatan yang dihasilkan dan lebih tertarik pada pertumbuhan dividen jangka panjang dibandingkan dengan laba dalam proporsi besar yang tidak didistribusikan (Angga & Dermawan, 2023). Dengan demikian PER tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menilai keputusan investasi, tetapi membantu meningkatkan nilai perusahaan, baik melalui naiknya keuntungan yang diperoleh maupun melalui pandangan positif dari para investor.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang digunakan untuk mengklasifikasikan skala suatu perusahaan, baik besar maupun kecil dan berdasarkan berbagai aspek. Beberapa metode yang umum digunakan dalam mengukur ukuran perusahaan antara lain total aset, log size, pendapatan, serta nilai pasar saham. Total aset yang besar secara tidak langsung berdampak pada tingkat kegiatan operasional perusahaan yang besar, sehingga kemampuan perusahaan menghasilkan laba akan semakin besar juga (Santoso & Junaeni, 2022). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset, karena dianggap lebih stabil dan mampu memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai besaran dan kapasitas perusahaan. Total aset mencerminkan akumulasi sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk aset lancar dan tidak lancar yang dapat digunakan untuk mendukung operasional dan ekspansi bisnis.

Perusahaan dengan ukuran yang besar menunjukkan adanya perkembangan serta pertumbuhan yang positif, karena skala usaha yang lebih besar biasanya memberikan keunggulan dalam memperoleh efisiensi, akses pendanaan, serta dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Silalahi & Sihotang, 2021). Nilai perusahaan yang tinggi dapat terlihat dari peningkatan total aset secara signifikan, terutama jika jumlah aset lebih besar dibandingkan dengan total utang yang dimiliki. Rasio antara aset dan utang ini menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan finansial perusahaan, di mana semakin besar selisih antara aset dan utang, semakin kuat pula posisi keuangan perusahaan di pasar. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat memengaruhi daya saing dan kepercayaan investor (Bulloh & Efendi, 2024). Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, baik dari perbankan maupun pasar modal. Hal ini membuat perusahaan lebih fleksibel dalam mengambil keputusan strategis, seperti mengembangkan bisnis ke arah yang lebih luas, serta peningkatan efisiensi operasional. Dengan demikian, ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi nilai perusahaan serta daya tariknya di mata investor.

2.1.6 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan (*firm growth*) menggambarkan kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup (Fajriah et al., 2022). Pertumbuhan juga menjadi tolok ukur penting dalam menilai kinerja keuangan, karena perusahaan yang mampu tumbuh biasanya konsisten dalam menghasilkan

profitabilitas dan memiliki daya tarik yang lebih besar bagi investor (Budi Artha, 2023). Salah satu faktor utama yang mencerminkan pertumbuhan adalah tingkat penjualan. Besarnya volume penjualan menunjukkan sejauh mana produk perusahaan diterima di masyarakat, serta menjadi sinyal mengenai kekuatan permintaan dan posisi kompetitif perusahaan di pasar. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka biasanya diikuti dengan kenaikan laba yang kemudian dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk membagikan dividen dalam jumlah lebih besar, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak hanya berfungsi sebagai ukuran keberhasilan operasional perusahaan, tetapi juga menjadi indikator penting dalam menilai prospek jangka panjang perusahaan dan kontribusinya terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan memiliki keterkaitan dengan Teori Pensinyalan (*signaling theory*), di mana peningkatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor (Ridhasyah et al., 2024). Investor melihat pertumbuhan penjualan sebagai indikasi bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa depan. Kinerja penjualan yang terus meningkat mencerminkan perusahaan yang berjalan dengan baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor serta menarik lebih banyak modal. Dengan adanya konsistensi pertumbuhan tersebut, nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, karena investor menilai perusahaan memiliki prospek keuangan yang stabil dan menjanjikan.

2.1.7 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial (*managerial ownership*) merupakan kepemilikan saham oleh manajemen yang berperan aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan (Yanti et al., 2023). Semakin besar kepemilikan manajerial, semakin tinggi dorongan bagi manajemen untuk bekerja lebih optimal demi kepentingan pemegang saham, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dianggap sebagai salah satu cara efektif untuk mempengaruhi nilai perusahaan, karena mampu menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham serta mengurangi konflik keagenan. (Sholikhah & Trisnawati, 2022). Dalam struktur ini, manajer yang diberikan kepercayaan untuk mengelola dana dari pemegang saham sering kali memiliki kepentingan pribadi yang bisa memengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kepemilikan manajerial, diharapkan terjadi keseimbangan antara kepentingan manajemen dan pemegang saham, sehingga keduanya memiliki tujuan yang selaras. Kepemilikan manajerial membuat manajer berperan ganda, yaitu sebagai pengelola perusahaan sekaligus sebagai pemilik modal. Dengan posisi ini, manajer akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan strategis agar perusahaan tetap stabil dan terhindar dari risiko finansial, termasuk kesulitan keuangan atau kebangkrutan. Jika perusahaan mengalami kegagalan, manajer tidak hanya menghadapi kehilangan pendapatan sebagai pengelola, tetapi juga potensi kerugian sebagai pemegang saham akibat turunnya nilai investasi yang telah ditanamkan dalam perusahaan.

Maka, tingginya kepemilikan manajerial dapat dipandang sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik keagenan dan menekan biaya agensi, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Zhou et al., 2024).

Peningkatan kinerja perusahaan secara langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan nilai perusahaan yang pada akhirnya tercermin dalam kenaikan harga saham sebagai indikator nilai pasar. Sebagai pemegang saham sekaligus pengelola, manajemen akan berupaya memaksimalkan nilai pasar perusahaan karena dengan meningkatnya valuasi perusahaan, nilai kepemilikan mereka juga akan mengalami kenaikan yang pada gilirannya memperkuat kesejahteraan finansial mereka. Kondisi ini juga memperlihatkan bahwa kepemilikan manajerial dapat menyesuaikan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga konflik keagenan dapat ditekan dan nilai perusahaan terus meningkat.

2.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan mampu menghasilkan keuntungan (Rahmah Fadillah et al., 2024). Rasio ini juga berfungsi sebagai ukuran efektivitas manajemen dalam mengelola perusahaan. Penilaiannya didasarkan pada laba yang diperoleh melalui penjualan serta pendapatan dari investasi. Secara umum, rasio profitabilitas menggambarkan efisiensi operasional perusahaan. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba, baik dengan memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki

maupun dengan menggunakan modal sendiri. Rasio ini memiliki peran yang penting dalam dunia bisnis karena mencerminkan efisiensi operasional, menunjukkan kinerja perusahaan serta memberi gambaran kepada investor mengenai potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang tinggi. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, semakin baik pula kinerja perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendongkrak nilai perusahaan. Untuk menilai prospek perusahaan di masa depan, diperlukan indikator yang mengukur pertumbuhan profitabilitas. Indikator ini berperan penting dalam membantu investor menilai dan memahami sejauh mana investasi yang mereka lakukan dapat menghasilkan imbal balik yang sepadan dengan harapan mereka (Amro & Fadjrih, 2021).

Salah satu indikator profitabilitas yang umum digunakan adalah Return on Assets (*ROA*) (Investopedia, 2026). Rasio ini menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba bersih dari pemanfaatan total aset yang dimiliki. *ROA* tidak hanya menilai efektivitas penggunaan aset, tetapi juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, *ROA* menjadi ukuran penting dalam menilai kinerja keuangan secara keseluruhan, serta dapat dijadikan acuan bagi investor dalam menilai prospek dan potensi peningkatan nilai perusahaan di masa mendatang.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang pengaruh keputusan investasi, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, antara lain :

1. Hamidah & Ramdani (2023) melakukan penelitian Tentang Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and beverage* Yang Tedaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah struktur modal, ukuran perusahaan dan keputusan investasi, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan struktur modal dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *food and beverage*.
2. Nafisa & Riharjo (2023), melakukan penelitian tentang Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah likuiditas, profitabilitas dan risiko keuangan sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan risiko keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Kruce & Priyadi (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di BEI. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Jullia & Finatariyani (2024), melakukan penelitian tentang Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, sedangkan variabel dependen yang digunakan penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Sholikhah & Trisnawati (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia pada tahun 2018-2020). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional & kepemilikan manajerial berpengaruh negatif, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

6. Nurvita (2022), Pengaruh Financial Sustainability, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(3), 283-297. Variabel independen yang digunakan adalah financial sustainability, kebijakan dividen, keputusan investasi dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel financial sustainability, kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7. Asrani & Handayani (2024), melakukan penelitian tentang Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Keputusan Investasi, Profitabilitas Dan Ukuran

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, keputusan investasi, profitabilitas dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

8. Maria & Birawan, (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Periode 2017-2021). Variabel independen pada penelitian ini adalah keputusan investasi dan keputusan Pendanaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan keputusan pendanaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
9. Marthen & Suwarti (2023), melakukan penelitian tentang Pengaruh Kebijakan Deviden, Hutang, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen pada penelitian ini adalah kebijakan deviden, hutang, profitabilitas, pertumbuhan

perusahaan dan kepemilikan manajerial, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan deviden berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Kebijakan hutang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

10. Fajriah et al. (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

11. Nurlaila & Triyonowati (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor *Food and beverage* Di BEI. Variabel independen

pada penelitian ini yaitu Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

12. Sari & Yudiantoro (2023), melakukan penelitian tentang Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Food and beverage* yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021. Variabel independen pada penelitian ini yaitu keputusan investasi, kebijakan hutang dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

13. Siringo-ringo et al. (2023), melakukan penelitian tentang Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Variabel independen pada penelitian ini yaitu keputusan investasi dan keputusan pendanaan, variabel nilai perusahaan sebagai variabel moderasi sedangkan variabel dependen

dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel keputusan investasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, untuk variabel keputusan pendanaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

14. Sari & Widyawati (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan *Food and beverage* Yang Terdaftar Di BEI. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen, sedangkan variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas & kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

15. Anisa et al. (2022), melakukan penelitian tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta leverage berpengaruh negatif dan

signifikan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

