BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah meningkatkan intensitas persaingan bisnis di Indonesia. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan baru, termasuk di sektor *consumer non-cyclical*, khususnya sub-sektor makanan dan minuman. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mengelola strategi bisnis, kinerja keuangan, dan inovasi secara optimal. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena memaksimalisasi nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Mulyani, dkk. 2022). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Investor juga cenderung lebih tertarik menambahkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaannya.

UNMAS DENPASAR

Nilai perusahaan merupakan gambaran pencapaian manajemen perusahaan. Manajemen perusahaan dapat dikatakan berkinerja dengan baik jika perusahaan dapat mengelola seluruh sumber daya keuangan dengan optimal dan dapat menyajikan laporan keuangan yang akurat

agar menjadi informasi yang bermanfaat kepada pihak dalam maupun luar perusahaan. Jika nilai perusahaan semakin besar maka perusahaan akan dinilai semakin baik oleh masyarakat maupun investor (Liehan, 2023).

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah perusahaan *consumer non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman meningkat dari 84 perusahaan pada 2022 menjadi 98 perusahaan pada 2024. Dari beberapa jenis industri di Bursa Efek Indonesia, salah satunya adalah industri sub sektor makanan dan minuman (*food and beverages*) merupakan saham yang banyak diminati oleh investor. Di Indonesia sendiri perusahaan makanan dan minuman sangat berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode semakin banyak. Tidak menutup kemungkinan bahwasanya perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospeknya menguntungkan baik di masa sekarang dan dimasa yang akan datang. Menurut Taba, dkk. (2022), saham yang dimiliki sektor industri makanan dan minuman adalah saham-saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi di bandingkan dengan sektor lainnya. Karena dalam kondisi apapun, krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan, sebab produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh Indonesia.

UNMAS DENPASAR

Berdasarkan data yang diolah peneliti, rata-rata nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan *consumer non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman selama periode 2022–2024 menunjukkan tren penurunan. Rata-rata PBV tercatat sebesar

1,95 pada tahun 2022, menurun menjadi 1,86 pada tahun 2023, dan mengalami penurunan tajam menjadi 0,65 pada tahun 2024. Penurunan ini mengindikasikan melemahnya penilaian investor terhadap nilai dan prospek perusahaan, khususnya pada tahun 2024, yang tidak terlepas dari kondisi makroekonomi yang kurang mendukung.

Berdasarkan pemberitaan ANTARA News yang mengutip rilis Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia pada tahun 2024 mengalami inflasi tahunan sebesar 3,05% pada Maret 2024, yang ditunjukkan oleh peningkatan Indeks Harga Konsumen (IHK) dari 102,99 pada Maret 2023 menjadi 106,13 pada Maret 2024. Inflasi tersebut terutama didorong oleh kenaikan harga pada kelompok makanan, minuman, dan tembakau sebesar 7,43 %, dengan kontribusi utama berasal dari komoditas pokok seperti beras, daging ayam ras, cabai merah, telur ayam ras, bawang putih, tomat, dan gula pasir.

Kondisi ini menunjukkan adanya tekanan harga yang signifikan pada sektor konsumsi dasar, khususnya komoditas yang berkaitan langsung dengan aktivitas operasional perusahaan *consumer non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman. Kenaikan harga bahan baku tersebut berpotensi meningkatkan biaya produksi perusahaan, baik yang bersumber dari bahan baku lokal maupun impor. Peningkatan biaya ini dapat menekan margin laba dan menurunkan profitabilitas perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Dalam konteks pasar modal, tekanan inflasi pada komoditas makanan dan minuman juga dapat menurunkan daya beli masyarakat dan meningkatkan ketidakpastian terhadap prospek kinerja perusahaan. Kondisi

tersebut mendorong investor untuk bersikap lebih berhati-hati dalam berinvestasi, sehingga permintaan terhadap saham perusahaan di sektor ini menurun. Akibatnya, valuasi pasar perusahaan mengalami penurunan yang tercermin pada turunnya nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) secara drastis pada tahun 2024.

Selain faktor ekonomi global, kenaikan harga bahan baku dan energi juga memberikan tekanan besar bagi perusahaan. Biaya produksi yang meningkat tidak selalu dapat diimbangi dengan kenaikan harga jual, karena perusahaan harus mempertimbangkan daya beli konsumen. Akibatnya, laba perusahaan menurun dan investor menilai kinerja perusahaan kurang menarik, sehingga nilai pasar perusahaan ikut menurun.

Pasca pandemi COVID-19, perilaku konsumen juga mengalami perubahan. Konsumen menjadi lebih selektif dalam berbelanja dan cenderung mengurangi pengeluaran. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan penjualan perusahaan melambat, meskipun sektor *consumer non-cyclical* dikenal memiliki permintaan yang relatif stabil. Ketika kinerja penjualan dan laba menurun, investor pun menurunkan penilaiannya terhadap prospek perusahaan di masa depan.

UNMAS DENPASAR

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan belum sepenuhnya jelas, sehingga menimbulkan pertanyaan penelitian. Beberapa penelitian sebelumnya meneliti pengaruh faktor internal terhadap PBV, tetapi masih terdapat *research gap* pada konteks perusahaan *consumer non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman di Indonesia. Oleh karena itu, fenomena penurunan rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada periode 2022–

2024 menjadi dasar penting untuk dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Mulyani dkk (2022), menyatakan kepemilikan manajerial merupakan proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Adanya kepemilikan saham dari manajemen dapat meningkatkan pengawasan terhadap kebijakan yang akan diambil oleh pihak manajemen perusahaan. Menurut Suwisma dkk (2023), kepemilikan manajerial merupakan kondisi dimana manajer perusahaan merangkap jabatan sebagai manajemen perusahaan sekaligus pemegang saham yang turut aktif dalam pengambilan keputusan. Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, maka seorang manajer tidak menginginkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan dapat merugikan dirinya baik sebagai manajer ataupun sebagai pemegang saham. Sebagai manajer akan kehilangan insentif dan sebagai pemegang saham akan kehilangan return bahkan dana yang telah diinvestasikannya. Kepemilikan manajerial dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Penelitian oleh Mulyani dkk (2022), Taba dkk (2022), dan Nursakinah dkk (2025) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Berbeda dengan penelitian Adrianto dkk (2021) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian Dewi dkk (2022) dan Dwicahyani dkk (2022) menyatakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain kepemilikan manajerial, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh diversifikasi produk. Sebagai salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan dalam industri makanan dan minuman, diversifikasi produk merujuk pada upaya perusahaan untuk mengembangkan berbagai jenis produk baru atau variasi produk yang telah ada, guna memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Pentingnya diversifikasi produk dalam konteks industri makanan dan minuman terletak pada kemampuannya untuk memberikan pertumbuhan yang signifikan dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Syafi'i dkk, 2023). Diversifikasi produk dapat membantu perusahaan untuk memperoleh keuntungan melalui peningkatan penjualan dan pemasukan, meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk, serta mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada satu jenis produk. Namun, meskipun potensinya yang besar, pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap nilai perusahaan, dengan menggunakan studi kasus

UNMAS DENPASAR

pada industri makanan dan minuman: Penelitian yang dilakukan oleh Andre & Widioatmodjo (2024) dan Syafi'i dkk (2023) menemukan bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Afrilia & Nafsiah (2023) dimana diversifikasi produk tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* digunakan sebagai tolak ukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Wibowo, 2021). Perusahaan yang menggunakan utang dalam membiayai perusahaan akan memiliki risiko yang besar apabila utang tersebut tidak dapat dibayarkan (Setyadi & Iskak, 2020). Hal ini tentunya akan menjadi pertimbangan investor dalam melakukan investasi apabila rasio *leverage* terlalu tinggi. Para investor memandang perusahaan dengan nilai *leverage* yang tinggi kurang dapat dipercaya sehingga akan membuat nilai perusahaan turun. Adapun penelitian terdahulu oleh Setyadi & Iskak (2020) dan Dwicahyani (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Wibowo (2021), Anggita (2022), Aziz & Widati (2023) dan Dwipa dkk (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Peningkatan nilai suatu perusahaan dapat dilihat melalui ukuran suatu perusahaan, ukuran perusahaan tersebut dapat diketahui melalui laporan keuangan perusahaan. Adapun ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset dan nilai penjualan

yang dimiliki perusahaan tersebut. Besarnya total aset memberikan dampak secara langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan dalam upaya meningkatkan laba. Adanya peningkatan laba yang terjadi menyebabkan *return* (pengembalian) yang diperoleh meningkat, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar dianggap mampu memperoleh sumber pendanaan yang lebih mudah di pasar modal karena memiliki penilaian yang baik dari investor (Wibowo, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2021), Dewi dkk (2022), Dwicahyani (2022), Anggita (2022), Puspitaningrum & Hanah (2024), dan Aziz & Widati (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniastri dkk (2021), Julianto (2024) dan Meifari (2023) menunjukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adam & Wibowo (2022), Afrilia & Nafsiah (2023) dan Adrianto dkk (2021) serta Dwipa dkk (2020) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Salah satu ukuran yang terpenting untuk mengukur perputaran semua aset yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aset yang dimiliki adalah rasio perputaran aset (Sari & Aulia, 2021). *Total assets turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas dan intensitas aset dalam menghasilkan penjualan. Cara menghitungnya adalah dengan membagi total pendapatan atau penjualan dengan rata-rata total aset perusahaan atau

UNMAS DENPASAR

dirumuskan sebagai *total assets turnover* = total penjualan / rata-rata total aset. Rasio ini sangat berguna untuk menghitung nilai penjualan yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah asetnya. Semakin besar rasio *total assets turnover* suatu perusahaan maka dapat diartikan kinerja perusahaan tersebut semakin baik. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin besar keinginan investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut sehingga memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan di pasar (Sari & Aulia, 2021). Adapun penelitian terdahulu dari Hasrianti & Zakaria (2024) menyatakan bahwa perputaran aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian dari Adam & Wibowo (2022) yang menyatakan perputaran aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya ketidaksesuaian hasil penelitian sebelumnya menjadikan peneliti ingin menguji kembali bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial, diversifikasi produk, *leverage*, ukuran perusahaan, dan perputaran aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman. Penelitian ini menggunakan periode terbaru 2022–2024 dan menambahkan variabel diversifikasi produk yang masih jarang digunakan di sektor makanan-minuman. Penelitian ini juga menggunakan sektor *consumer non-cyclical* sebagai obyek penelitian karena sektor *consumer non-cyclical* mencakup berbagai perusahaan yang bergerak dalam produksi dan distribusi barang maupun jasa yang secara rutin dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok serta menunjang keberlangsungan hidup sehari-hari. Berbagai industri dalam sektor ini

UNMAS DENPASAR

melibatkan proses pengolahan bahan baku atau barang setengah jadi menjadi produk jadi yang umumnya digunakan oleh individu dan rumah tangga seperti makanan dan minuman, kosmetik, produk agrikultur, peralatan rumah tangga, produk perawatan pribadi dan lainnya.

Sektor makanan dan minuman (*foods and beverages*) di BEI dipilih menjadi objek penelitian karena perusahaan tersebut sifatnya tidak dipengaruhi oleh krisis ekonomi, kelancaran produk *Food and Beverages* akan tetap terjamin, karena industri ini bergerak pada bidang pokok manusia. Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam kondisi apapun, melihat kondisi ini maka banyak perusahaan yang ingin masuk ke sektor tersebut, sehingga persainganpun tidak dapat dihindarkan.

Untuk itu perusahaan harus mampu mengatur dan mengelola keuangannya dengan baik serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan dapat memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan *food and beverages* dapat menjadi salah satu target investasi dengan prospek ke depan yang menjanjikan. Peneliti menggunakan periode 2022-2024 dengan asumsi bahwa dalam jangka waktu tersebut akan terdapat banyak perubahan yang terjadi serta mendapatkan hasil penelitian terbaru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan khususnya pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman.

UNMAS DENPASAR

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi Produk, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan**

Perputaran Aset Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024)".

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
2. Apakah diversifikasi produk berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
5. Apakah perputaran asset berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?

UNMAS DENPASAR

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
2. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh diversifikasi produk terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
3. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
4. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
5. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh perputaran aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

UNMAS DENPASAR

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain yaitu:

1. Manfaat Teoritis Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan pembaca mengenai pengaruh kepemilikan

manajerial, diversifikasi produk, *leverage*, ukuran perusahaan, dan perputaran aset terhadap nilai perusahaan serta memberikan sumbangan pemikiran dan pemecahannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Bagi pengguna eksternal utamanya investor, laporan keuangan yang disusun oleh pihak manajemen dan telah diaudit oleh auditor independen merupakan sumber informasi utama untuk mengambil keputusan-keputusan penting. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan yang bernilai tambah dan pertimbangan berupa pandangan dan pengertian bagi perusahaan khususnya bagi pihak manajemen dan pemegang saham tentang apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan *consumer non-cyclical* khususnya pada sub-sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024 digunakan untuk menganalisis kondisi perusahaan secara berkala dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan teori yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen (Mulyani, dkk. 2022). Hubungan keagenan didefinisikan sebagai suatu kontrak di mana satu atau lebih pihak (*prinsipal*) memberikan wewenang kepada pihak lain (*agent*) untuk mengelola perusahaan dan mengambil keputusan atas nama prinsipal, dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan (Taba, dkk. 2022).

Dalam praktiknya, hubungan tersebut berpotensi menimbulkan konflik kepentingan (*agency conflict*), karena manajemen sebagai agen tidak selalu bertindak sejalan dengan kepentingan pemegang saham. Manajer cenderung lebih mengutamakan kepentingan pribadi, seperti memperoleh kompensasi yang lebih tinggi atau menghindari risiko, dibandingkan upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Kondisi ini dapat menyebabkan munculnya biaya keagenan (*agency cost*) yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap kinerja dan nilai perusahaan (Adrianto, dkk. 2021).

Kepemilikan manajerial dipandang sebagai salah satu mekanisme untuk mengurangi konflik keagenan tersebut. Ketika manajer turut memiliki saham perusahaan, kepentingan manajemen akan lebih selaras

UNMAS DENPASAR

dengan kepentingan pemegang saham. Manajer tidak hanya bertindak sebagai pengelola perusahaan, tetapi juga sebagai pemilik, sehingga memiliki insentif yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menjaga keberlanjutan nilai perusahaan.

Dengan adanya kepemilikan manajerial, manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan operasional maupun keuangan, karena keputusan tersebut secara langsung memengaruhi kesejahteraan mereka sebagai pemegang saham. Hal ini mendorong pengelolaan perusahaan yang lebih efisien dan berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan (Dwicahyani, dkk. 2022). Oleh karena itu, berdasarkan teori keagenan, kepemilikan manajerial memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang tercermin dalam meningkatnya penilaian investor terhadap perusahaan.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Dalam sejarah, Michael Spance menjadi orang pencetus teori sinyal secara perdana dalam studinya "*Job Market Signaling*" pada tahun 1973, menyatakan bahwa sebagai tanda atau simbol, pengirim (yang memiliki informasi) berupaya meneruskan fakta-fakta prinsipal yang dapat digunakan oleh penerima (Galyani & Henny, 2022). Di analogikan pihak yang menerima tanda atau informasi adalah investor, melalui sinyal yang terdiri dari sinyal positif atau negatif yang diberikan dari manajemen guna mencapai nilai kinerja perusahaan (Sahyu & Maharani, 2023). Menurut Novitasari (2022), menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang

UNMAS DENPASAR

memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik (investor).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi, yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan, dan informasi non-akuntansi, yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan, baik pihak dalam maupun pihak luar (Novitasari, 2022).

Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor, akan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk) (Rossa dkk, 2023). Jika informasi tersebut merupakan sinyal positif maka investor akan merespon secara positif dan diharapkan mereka tertarik untuk membeli saham perusahaan, sehingga harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham diindikasikan akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun jika informasi tersebut memberikan sinyal negatif maka menandakan bahwa keinginan investor semakin menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Dalam konteks penelitian ini, beberapa tindakan perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor. Pertama, kepemilikan manajerial yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bahwa manajer memiliki kepentingan langsung dalam perusahaan dan akan bekerja lebih keras untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kedua, diversifikasi produk yang dilakukan perusahaan juga dapat memberikan sinyal kepada investor mengenai prospek dan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar. Diversifikasi produk yang berhasil menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola risiko dengan baik serta memiliki inovasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Hal ini dapat dianggap sebagai sinyal positif yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang berkelanjutan, sehingga menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Ketiga, penggunaan utang (*leverage*) yang tinggi dapat memberikan sinyal negatif bagi investor. Utang yang berlebihan mencerminkan tingginya beban kewajiban perusahaan di masa depan serta meningkatkan risiko keuangan. Kondisi ini dapat menurunkan fleksibilitas perusahaan dalam mengelola arus kas dan meningkatkan kemungkinan terjadinya kesulitan keuangan. Akibatnya, investor menilai perusahaan lebih berisiko, sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Keempat, ukuran perusahaan dapat memberi sinyal stabilitas dan kemampuan bertahan dalam persaingan sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Kelima, perputaran aset memberi sinyal mengenai efisiensi perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan penjualan, semakin tinggi efisiensinya, semakin positif sinyal yang diterima investor.

UNMAS DENPASAR

Dengan demikian, teori sinyal menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana setiap variabel dalam penelitian ini dapat memengaruhi persepsi investor dan pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual (Saragih & Tampubolon, 2023). Memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Menurut Wibowo (2021), menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang umumnya tercermin dari harga saham. Harga saham akan meningkat ketika permintaan terhadap saham perusahaan tersebut meningkat. Kenaikan harga saham ini dapat membangun kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi cenderung menarik minat investor karena selain memperoleh dividen, investor juga berpotensi mendapatkan *capital gain*. Pada dasarnya, setiap investor menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi atas dana yang mereka tanamkan, sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk menghasilkan laba yang optimal dan meningkatkan kesejahteraan pemilik. Apabila kedua hal tersebut tercapai, nilai perusahaan akan meningkat.

UNMAS DENPASAR

Nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value* (PBV). Rasio ini membandingkan market *value* dengan *book value* suatu saham. *Book value* diperoleh dari jumlah total ekuitas yang dibandingkan dengan

jumlah saham beredarnya. *Price book value* merupakan rasio penting dalam menghitung nilai suatu perusahaan. Menurut Liehan (2023), PBV adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku ekuitas sebagaimana yang ada dilaporan posisi keuangan. Semakin tinggi PBV menunjukkan nilai perusahaan semakin baik. Rasio ini menjadi cerminan atas pandangan investor tentang perusahaan secara keseluruhan, baik manajemennya, labanya, likuiditasnya, dan prospek masa depan perusahaan.

Pengukuran nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV) adalah rasio yang membandingkan harga saham menurut pasar dengan nilai buku perlembar saham (Wibowo, 2021). Perusahaan dapat dikatakan berjalan dengan baik jika memiliki nilai *Price Book Value* diatas 1 (satu), yang menggambarkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi nilai PBV yang mampu diciptakan oleh perusahaan, akan semakin berhasil pula perusahaan dalam menciptakan nilai untuk pemegang saham.

Menggunakan PBV sebagai proksi Nilai Perusahaan memiliki beberapa alasan diantaranya: 1.Mencerminkan penilaian pasar terhadap nilai buku perusahaan. PBV menunjukkan seberapa besar pasar menghargai perusahaan dibandingkan nilai buku bersihnya. Semakin tinggi PBV, berarti pasar percaya perusahaan memiliki prospek yang baik dan nilai ekonomis yang tinggi, 2.Mudah diperoleh dan dihitung. Data untuk menghitung PBV, yaitu harga saham dan nilai buku per saham, tersedia secara publik di laporan keuangan dan situs pasar modal, sehingga cocok untuk penelitian

UNMAS DENPASAR

berbasis data sekunder, 3.Banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya. PBV adalah proksi nilai perusahaan yang populer dalam penelitian akuntansi dan keuangan, sehingga memudahkan dalam mencari referensi dan pembanding (studi terdahulu) untuk mendukung penelitian, 4.Relevan dengan kinerja keuangan. PBV sering dikaitkan dengan rasio-rasio keuangan seperti ROE, DER, dan ukuran perusahaan. Artinya, bisa mengkaji lebih relevan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan melalui pendekatan PBV, 5.Merepresentasikan persepsi investor. Nilai PBV tidak hanya berdasarkan data akuntansi, tapi juga mencerminkan sentimen dan ekspektasi pasar. Ini menjadikan PBV sebagai indikator yang mencerminkan baik data historis maupun harapan masa depan.

2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah dimana manajemen memiliki proporsi saham dari perusahaan yang mereka kelola. Dengan adanya sebagian proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen, maka hal tersebut akan menjadikan pihak manajemen bisa merasakan manfaat dari keputusan-keputusan yang diambilnya. Begitu pun sebaliknya, risiko-risiko akibat kesalahan pengambilan keputusan juga dapat secara langsung dirasakan dampaknya, Suwisma dkk (2023).

UNMAS DENPASAR

Dari sudut pandang teori akuntansi, manajemen perusahaan sangat ditentukan oleh kinerja manajer perusahaan. Kebijakan yang diberikan manajer akan menentukan besar atau kecilnya laba yang akan dihasilkan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham manajemen pada perusahaan maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri, (Arta, 2024).

2.1.5 Diversifikasi Produk

Definisi diversifikasi produk menurut PSAK Nomor 5 tahun 2000 tentang Pelaporan Segmen adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen lain (Widiartini dkk, 2020). Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan.

Sebagai salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan dalam industri makanan dan minuman, diversifikasi produk merujuk pada upaya perusahaan untuk mengembangkan berbagai jenis produk baru atau variasi produk yang telah ada, guna memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam (Syafi'i dkk, 2023). Peningkatan pangsa pasar adalah hasil dari daya saing yang lebih baik yang diberikan oleh diversifikasi produk. Dengan memiliki berbagai macam produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi

UNMAS DENPASAR

pelanggan, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan merebut pangsa pasar dari pesaing mereka. Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk memposisikan diri mereka sebagai pemain yang kuat dan menarik dalam industri makanan dan minuman, yang pada gilirannya meningkatkan pangsa pasar mereka.

Diversifikasi produk dapat memengaruhi nilai perusahaan karena strategi ini memungkinkan perusahaan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk saja. Dengan memiliki beberapa lini produk, risiko penurunan pendapatan akibat melemahnya satu produk dapat tertutupi oleh kinerja produk lainnya. Stabilitas pendapatan inilah yang kemudian meningkatkan persepsi investor terhadap prospek dan kekuatan perusahaan di masa depan. Diversifikasi juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk berkembang, memperluas pasar, dan memanfaatkan peluang bisnis baru, sehingga memperkuat posisi kompetitifnya. Ketika perusahaan berhasil menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjaga risiko pada tingkat yang terkendali, kepercayaan investor akan meningkat. Kepercayaan tersebut biasanya tercermin pada peningkatan harga saham yang pada akhirnya mendorong naiknya nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin efektif perusahaan melakukan diversifikasi produk, semakin besar potensi perusahaan untuk meningkatkan nilai pasar dan menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham.

UNMAS DENPASAR

Pengukuran diversifikasi produk dalam penelitian ini menggunakan *variable dummy*, yang mengacu pada Fedora dan Kuang (2023). Perusahaan yang memiliki lebih dari satu segmen produk atau segmen usaha

dikategorikan sebagai perusahaan yang melakukan diversifikasi dan diberi nilai 1, sedangkan perusahaan yang hanya memiliki satu segmen produk dikategorikan sebagai tidak melakukan diversifikasi dan diberi nilai 0.

2.1.6 Leverage

Leverage (Solvabilitas) digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Setyadi & Iskak, 2020). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, dimana total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Setyadi & Iskak, 2020).

Pada kondisi perekonomian yang buruk akan menyebabkan sebuah perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengalami kerugian yang lebih besar. Sedangkan jika kondisi ekonomi normal, sebuah perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai tingkat pengembalian yang tinggi pula. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang menunjukkan seberapa besar

UNMAS DENPASAR

proporsi utang yang digunakan perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri dalam pendanaannya. Semakin tinggi nilai DER, semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap utang. Penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan beban kewajiban dan risiko keuangan perusahaan, sehingga menurunkan kepercayaan investor. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Susesti, dkk. 2022).

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang digunakan perusahaan dalam menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dinilai dari berbagai aspek seperti total aktiva, nilai penjualan dan total ekuitas perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi informasi yang diperoleh investor, karena ukuran perusahaan yang besar menyebabkan perusahaan tersebut lebih dikenal masyarakat sehingga investor lebih mudah untuk memperoleh informasi. Perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki akses menuju pasar modal lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil.

Wibowo (2021) berpendapat bahwa dengan adanya ukuran perusahaan yang besar menggambarkan perkembangan perusahaan sehingga mampu menarik respon positif investor dan nilai perusahaan akan meningkat. Investor meyakini bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam memperoleh pendanaan yang bersifat internal dan eksternal.

UNMAS DENPASAR

2.1.8 Perputaran Aset

Salah satu ukuran yang terpenting untuk mengukur perputaran semua aset yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aset yang dimiliki adalah rasio perputaran aset (*total assets turnover*). *Total assets turnover* (TATO) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas dan intensitas aset dalam menghasilkan penjualan (Adam & Wibowo, 2022). Cara menghitungnya adalah dengan membagi total pendapatan atau penjualan dengan rata-rata total aset perusahaan atau dirumuskan sebagai *total assets turnover* = total penjualan / rata-rata total aset.

Rasio ini sangat berguna untuk menghitung nilai penjualan yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah asetnya. Semakin besar rasio *total assets turnover* suatu perusahaan maka dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan tersebut semakin baik. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin besar keinginan investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut sehingga memberikan pengaruh positif terhadap harga saham di pasar. Ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

UNMAS DENPASAR

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini telah dirangkum oleh peneliti terdapat 21 penelitian terdahulu, antara lain:

Mulyani dkk (2022), meneliti pengaruh *investment opportunity set*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Variabel

bebas yang digunakan yaitu *investment opportunity set*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kebijakan dividen. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *invesment opportunity set*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Yuniastri dkk (2021), mengkaji pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Variabel bebas yang digunakan yaitu profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, kebijakan dividen, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dewi dkk (2022), membuktikan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2018-2020. Variabel bebas yang digunakan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan manajerial. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi

UNMAS DENPASAR

linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adam & Wibowo (2022), menguji analisis faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan makanan dan miuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2020. Variabel bebas yang digunakan yaitu profitabilitas, struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan perputaran aset. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal, ukuran perusahaan, dan perputaran aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasrianti & Zakaria (2024), meneliti pengaruh struktur modal, likuiditas, dan perputaran aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri makanan dan miuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Variabel bebas yang digunakan yaitu struktur modal, likuiditas, dan perputaran aset. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil penelitian menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan perputaran aset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Adrianto dkk (2021), mengkaji pengaruh struktur kepemilikan, keputusan investasi, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Variabel bebas yang digunakan yaitu struktur kepemilikan, keputusan investasi, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa keputusan investasi dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dwipa dkk (2020), membuktikan pengaruh *leverage*, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* di BEI periode 2015-2018. Variabel bebas yang digunakan yaitu *Leverage*, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Syafi'i dkk (2023), menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing: studi kasus pada industri makanan dan minuman. Variabel bebas yang digunakan yaitu diversifikai produk. Variabel terikatnya yaitu pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regreesi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa diversifikassi produk berpengaruh positif terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

Andre & Widioatmodjo (2024), membuktikan pengaruh diversifikasi produk, inovasi produk, penetrasi pasar, dan citra merek terhadap kinerja perusahaan *fast-moving consumer goods* di Indonesia. Variabel bebas yang digunakan yaitu diversifikasi produk, inovasi produk, penetrasi pasar, dan citra merek. Variabel terikatnya yaitu kinerja perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menyatakan bahwa diversifikasi produk dan penetrasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, sedangkan inovasi produk dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Afrilia & Nafsiah (2023), menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan pengungkapan akuntansi sdm sebagai variabel intervening. Variabel bebas yang digunakan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan diversifikasi produk. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan dengan pengungkapan akuntansi SDM sebagai variabel intervening. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan akuntansi SDM. Namun, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, melainkan berpengaruh positif terhadap pengungkapan akuntansi SDM. Selain itu,

UNMAS DENPASAR

umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan, tetapi berpengaruh positif terhadap pengungkapan akuntansi SDM. Namun, diversifikasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan maupun pengungkapan akuntansi SDM. Pengungkapan akuntansi SDM juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Puspitaningrum & Hanah (2024), meneliti pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor makanan & minuman di bursa efek indonesia tahun 2018-2022). Variabel bebas yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan kebijakan hutang. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Statistik Eviews 12. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Selanjutnya hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan variabel Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Taba dkk (2022), mengkaji pengaruh kepemilikan manajerial dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan (studi pada industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI). Variabel bebas yang digunakan yaitu kepemilikan manajerial dan kebijakan dividen. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan Kepemilikan

UNMAS DENPASAR

Manajerial berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan, Kebijakan Dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan dan hasil pengujian secara simultan variabel independen pada penelitian ini yang terdiri dari Kepemilikan Manajerial dan Kebijakan Dividen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Muthiah dkk (2025), membuktikan terkait pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan tingkat suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2023. Variabel bebas yang digunakan yaitu kepemilikan manajerial, kepemkilikan institusional, dan tingkat suku bunga. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan tingkat suku bunga berpengaruh negatif namun tidak signifikan teradap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Aziz & Widati (2023), meneliti pengaruh *leverage*, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. Variabel bebas yang digunakan yaitu *leverage*, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini

UNMAS DENPASAR

menunjukkan bahwa variabel *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Pertumbuhan Perusahaan tidak memiliki pengaruh dan berarah negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Dwicahyani dkk (2022), mengkaji pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan perusahaan *consumer non-cyclicals*. Variabel bebas yang digunakan yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 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.

Meifari (2023), menghasilkan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas yang digunakan yaitu ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

UNMAS DENPASAR

Anggita (2022), meneliti pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis

data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln total aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang diproksikan dengan CR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* yang diproksikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Julianto (2024), membuktikan pengaruh perputaran aset, struktur modal, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman tahun 2016 hingga 2020. Variabel bebas yang digunakan yaitu perputaran aset, struktur modal, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Penelitian ini menemukan bahwa TATO dan ROA memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, DER dan CR tidak memiliki pengaruh, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif.

Putri dkk (2023), meneliti pengaruh ROA, DER dan TATO terhadap nilai perusahaan manufaktur pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode 2017 – 2021. Variabel bebas yang digunakan yaitu ROA, DER, dan TATO. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial *return on asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *debt to equity*

UNMAS DENPASAR

ratio berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *total asset turn over* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan secara simultan *return on asset ,debt to equity ratio* dan *total asset turn over* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Liehan (2023), menganalisis pengaruh *debt to equity ratio, current ratio, total asset turnover,* dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman di bursa efek indonesia. Variabel bebas yang digunakan yaitu *debt to equity ratio, current ratio, total asset turnover,* dan *sales growth*. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan *debt to equity ratio, current ratio,* dan *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi menunjukkan persentase sumbangan pengaruh *debt to equity ratio, current ratio, total asset turnover,* dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 86,70 persen.

Wibowo (2021), mengkaji pengaruh *leverage*, profitabilitas, kebijakan dividen, dan *firm size* terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas yang digunakan yaitu *leverage*, profitabilitas, kebijakan dividen, dan *firm size*. Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* yang diproksikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen yang

UNMAS DENPASAR

diproksikan dengan DPR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Firm Size* yang diproksikan dengan *Ln Assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan tahun sebelumnya yaitu menggunakan variabel kepemilikan manajerial, diversifikasi produk, *leverage*, ukuran perusahaan, dan perputaran aset. Persamaan lainnya pada lokasi penelitian perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Serta persamaan pada penggunaan teknik analisis data regresi linier berganda. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan variabel selain yang digunakan oleh peneliti. Perbedaan teknik analisis data yang digunakan pada beberapa penelitian terdahulu. Periode pengamatan penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian saat ini mengambil periode pengamatan tahun 2022-2024 sebagaimana mestinya untuk memperoleh penelitian dengan hasil terbaru.

UNMAS DENPASAR