

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, karena bagi investor nilai perusahaan merupakan hal penting dalam mengukur seberapa besar nilai suatu perusahaan yang akan dijadikan pertimbangan investor dalam melakukan investasi. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka akan semakin besar peluang baik yang akan diterima oleh pemilik perusahaan menuju perusahaan yang makmur. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi dianggap mampu menghasilkan tingkat return yang tinggi pula.

Nilai perusahaan adalah bentuk memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham, maka, Perusahaan harus meningkatkan fokusnya untuk mengidentifikasi peluang, bertumbuh, dan membangun keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Dalam memantau peningkatan nilai saham perusahaan adalah dalam melihat berkontribusi terhadap pertambahan penghasilan arus kas perusahaan masa mendatang. Konsep pemasaran dapat berjalan berdampingan dengan konsep keuangan modern untuk mendorong kinerja keuangan yang positif yaitu penciptaan nilai perusahaan. Dasar dari penciptaan nilai perusahaan adalah pertumbuhan yang menguntungkan, maka strategi dan keputusan pemasaran harus berkontribusi secara nyata terhadap pertumbuhan yang menguntungkan.

Fenomena yang terjadi terkait dengan nilai perusahaan adalah perusahaan Salim Group yang bergerak di bisnis sektor barang konsumsi yang diperkirakan memiliki prospek bagus. Beberapa tahun terakhir Salim Group menambah aset lewat akuisisi saham dan ekspansi bisnis. Pada tahun 2014 holding usaha yang Salim Group, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memperoleh penjualan bersih Rp63,59 triliun naik 14,3 persen dibandingkan penjualan 2013. Pencapaian menghasilkan laba bersih 3,89 triliun naik 55,2 persen dari tahun 2013. Kemampuan perusahaan dalam menjaga labanya memberikan sinyal positif terhadap nilai perusahaannya. Menurut analisis investasi Group Salim dan Astra sangat likuid sehingga menarik untuk investasi jangka panjang. Selain itu pada tahun 2018 Salim Group juga mengandeng Madco untuk akuisisi 60 persen saham Hyflux Ltd dari Singapura. Perusahaan mengambil pendekatan jangka panjang untuk menambah nilai perusahaan di mata investor (Binsasi, 2018).

Fenomena lain yang berhubungan dengan nilai perusahaan adalah kasus PT. Unilever Indonesia Tbk yang mengalami penurunan. Perusahaan manufaktur ini mengalami penurunan untuk Desember 2017 sebesar 2,36% di level Rp. 39.375 per lembar, dalam sepekan terakhir penurunan saham PT. Unilever Indonesia Tbk terkoreksi mencapai 8,5%. Berdasarkan fenomena kenaikan harga saham pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode pengamatan tertentu perlu menjadi perhatian khusus karena dengan adanya kenaikan dan penurunan harga saham perusahaan, dapat merubah citra atau pandangan terhadap nilai perusahaan tersebut yang akan berdampak pada minat para investor terhadap perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Rasio Profitabilitas atau *Profitability Ratio* adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari unsur unsur laporan keuangan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio maka kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bisa dilihat dari tingkat untuk mampu memberikan laba atas ekuitas / modal sendiri. Menurut Cahyadi (2020) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (*profit*) selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas ini dapat memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang perlu untuk diperhatikan karena untuk mempertahankan perusahaannya, maka suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama sekali dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar betapa pentingnya

arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan. Rasio keuntungan atau *profitability ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien. Rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Luthfiana (2018) dan Purwanti (2020) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi (2020) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor Kedua yang mempengaruhi perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, misalnya seperti direktur, manajemen, dan komisaris. Kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi di mana pihak manajemen perusahaan memiliki rangkap jabatan yaitu jabatannya sebagai manajemen perusahaan dan juga pemegang saham dan berperan aktif dalam pengambilan keputusan yang dilaksanakan. Dalam memaksimalkan nilai perusahaan terkadang terdapat perbedaan kepentingan antara manajer sebagai pengelola perusahaan dan pemegang saham sebagai pemilik perusahaan yang sering kali disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*). Perbedaan tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak

menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan dividen yang akan diterima pemegang saham. Pengaruh dari konflik antara pemilik (*owners*) dan manajer ini akan menyebabkan menurunnya nilai perusahaan, kerugian inilah yang merupakan *agency cost equity* bagi perusahaan. Untuk mengurangi *agency cost* dapat dilakukan dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial (*managerial ownership*) merupakan proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan dewan komisaris). Dalam keterlibatan kepemilikan saham, manajer akan bertindak secara hati-hati karena mereka juga akan menanggung konsekuensi dalam keputusan yang diambilnya. Selain itu, manajer akan termotivasi dalam meningkatkan pengelolaan perusahaannya. Kepemilikan manajerial dapat dilihat dari konsentrasi kepemilikan atau persentase kepemilikan saham oleh dewan direksi dan manajemen. Persentase tersebut diperoleh dari banyaknya jumlah saham yang dimiliki oleh manajerial. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat untuk kepentingan pemegang saham dimana pemegang saham adalah dirinya sendiri (Wirdani 2018). Menurut Morck et al., (1989) dalam Qori'ah (2019), kepentingan manajer dan pemegang saham dapat diselaraskan bila manajer memiliki saham perusahaan yang lebih besar. Manajer yang memiliki saham dalam perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan, karena apabila manajer dapat meningkatkan laba perusahaan maka insentif yang akan didapatkan manajer tersebut akan

meningkat. Sebaliknya apabila kepemilikan manajer turun, maka biaya keagenan akan meningkat. Hal tersebut dilakukan karena manajer akan melakukan tindakan untuk dirinya sendiri dan dapat cenderung tidak memberikan manfaat bagi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Riyanti dan Munawaroh (2020) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, berbanding terbalik dengan penelitian Suparlan (2019) yang mengatakan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Royani (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Dividend Payout Ratio* (DPR). Nidya (2012) menjelaskan bahwa apabila perusahaan meningkatkan pembayaran dividen, mungkin akan diartikan oleh pemodal sebagai sinyal harapan manajemen tentang akan membaiknya kinerja perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga kebijakan dividen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Harjito dan Martono (2011) menyatakan bahwa besarnya dividen dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayarkan tinggi, maka harga saham akan cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Sebaliknya jika dividen yang dibayarkan kecil maka harga saham perusahaan tersebut juga rendah. *Dividen Pay Out Ratio* (DPR) adalah rasio perbandingan dari dividen yang telah dibayarkan terhadap laba per lembar saham (Nurwani 2013). Pembayaran dividen mencerminkan kondisi keuangan perusahaan dan memiliki dampak terhadap persepsi pasar. Pemberian *dividend payout ratio* yang memadai akan menjadi salah satu

pertimbangan investor dalam membeli dan menahan saham yang dimilikinya (Nurwani 2013).

Penelitian ini menganalisis kebijakan dividen yang diukur dengan menggunakan *Dividend Payout Ratio* (DPR). Tandelilin (2011) menjelaskan bahwa *Dividend Payout Ratio* menunjukkan besarnya dividen yang akan dibayarkan perusahaan dari total laba yang diperoleh perusahaan. Menurut teori signalling, investor dapat menyimpulkan informasi tentang laba masa depan perusahaan melalui sinyal yang datang dari pengumuman dividen, baik dari segi stabilitas, dan perubahan dividen. Namun manajer harus terlebih dahulu memiliki informasi pribadi tentang prospek suatu perusahaan dan memiliki insentif untuk menyampaikan informasi ini ke pasar. Selain itu, sinyal harus benar yaitu, sebuah perusahaan dengan prospek masa depan yang buruk tidak harus bisa meniru dan mengirim sinyal palsu ke pasar dengan meningkatkan pembayaran dividen. Jadi pasar harus dapat mengandalkan sinyal untuk membedakan antara perusahaan-perusahaan. Jika kondisi ini terpenuhi, pasar harus bereaksi positif terhadap pengumuman kenaikan dividen (AlMalkawi, 2010).

Faktor keempat yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menurut (Indriyani,2017) merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan karena nilai

aktiva relatif lebih stabil dibandingkan penjualan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan, yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuan untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga *size* bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Riyadi (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan, namun pada penelitian Nurhayati (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari utang (*financial leverage*). Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan

tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi. *Leverage* atau solvabilitas menurut (Aprillia, 2019) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan di bubarkan. *Leverage* juga di gambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang semakin rendah pula. Semakin besar *leverage* maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Semakin rendah tingkat *leverage* maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor. Herninta (2019) pada penelitiannya mengungkapkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Purwanti (2020) leverage tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?

- 2) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?
- 3) Apakah *dividend payout ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?
- 4) Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?
- 5) Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, peneliti bertujuan untuk menganalisis bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
- 2) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
- 3) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *dividend payout ratio* terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

- 4) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
- 5) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka penulis berharap bahwa penelitian ini akan memiliki manfaat bagi:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya dan menambah referensi atau wawasan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan profitabilitas, kepemilikan manajerial, *dividend payout ratio*, ukuran perusahaan, *leverage* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengaplikasian variable-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

b) Bagi Calon Investor

Membantu memberikan informasi nilai perusahaan agar para investor dan pemegang saham dapat mempertimbangkan bagaimana seharusnya keadaan perusahaan yang baik untuk ditanamkan modal.

c) Bagi Pembaca dan Publik

Sebagai referensi kepustakaan, dan untuk penelitian berikutnya jika ada kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan kesempurnaan dalam penelitian yang berkaitan dengan topik ini yaitu nilai perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signaling Theory*

Signaling theory berawal dari tulisan George Akerlof pada karyanya ditahun 1970 “*The Market for Lemons*”, yang memperkenalkan istilah informasi asimetris (*assymetri information*). Akerlof (1970) mempelajari fenomena ketidakseimbangan informasi mengenai kualitas produk antara pembeli dan penjual, dengan melakukan pengujian terhadap pasar mobil bekas (*used car*). Berdasarkan penelitiannya tersebut, Akerlof (1970) menemukan bahwa ketika pembeli tidak memiliki informasi terkait spesifikasi produk dan hanya memiliki persepsi umum mengenai produk tersebut, maka pembeli akan menilai semua produk pada harga yang sama, baik produk yang berkualitas tinggi maupun yang berkualitas rendah, sehingga merugikan penjual produk berkualitas tinggi. Kondisi dimana salah satu pihak (penjual) yang melangsungkan transaksi usaha memiliki informasi lebih atas pihak lain (pembeli) ini disebut *adverse selection* (Scott, 2009). Menurut Akerlof (1970), *adverse selection* dapat dikurangi apabila penjual mengkomunikasikan produk mereka dengan memberikan sinyal berupa informasi tentang kualitas produk yang mereka miliki.

Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap model baru yang diperlukan dengan cara-cara lain, termasuk penggunaan hutang yang melebihi target struktur modal yang normal (Brigham dan Houston, 2001).

Hal yang sama disampaikan oleh Ross (1977) yang mengembangkan model penelitian mengenai hutang dalam struktur modal. Dari penelitiannya, Ross menyimpulkan bahwa fenomena hutang dalam suatu perusahaan merupakan suatu sinyal yang baik dari manajemen perusahaan kepada pasar titik dengan berhutang lebih banyak menunjukkan bahwa manajemen perusahaan percaya dengan prospek perusahaan kedepannya.

Dasar pertimbangan ini adalah penggunaan dan penambahan hutang akan meningkatkan biaya-biaya yang lain, seperti biaya bunga dan pokok pinjaman. Biaya-biaya ini akan menjadi beban keuangan perusahaan sehingga manajer hanya akan menerbitkan hutang yang lebih banyak apabila mereka yakin perusahaan dapat memenuhi kewajibannya. Serta adanya prospek yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Mamduh (2004) menyatakan bahwa "perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar termasuk investor".

Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Informasi berupa pemberian peringkat obligasi yang dipublikasikan diharapkan dapat menjadi sinyal kondisi keuangan perusahaan dan menggambarkan kemungkinan yang terjadi terkait dengan hutang yang dimiliki.

Teori sinyal menekankan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis lainnya, karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Informasi yang lengkap relevan akurat dan tepat waktu sangat diperlukan investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan berinvestasi (Yuliana, 2011).

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi informasi asimetris, caranya dengan memberikan sinyal kepada pihak luar berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang. Laporan keuangan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan. Pada teori sinyal, manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Manajer keuangan dalam mengambil keputusan keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga mampu meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan. Nilai perusahaan sendiri merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli perusahaan apabila perusahaan tersebut dijual. Menurut Fama (2013), nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya.

Harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham tersebut dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Menurut Jensen (2011), untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang diperhatikan, tetapi sumber keuangan seperti hutang maupun saham preferennya.

Menurut Christiawan dan Tarigan (2015), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- 1) Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- 2) Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- 3) Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- 4) Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- 5) Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Berbagai macam faktor dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain kepemilikan manajerial, kinerja keuangan suatu perusahaan, kebijakan dividen, corporate governance dan lain sebagainya. Weston dan Copeland (2011) menyatakan bahwa ukuran yang paling tepat dalam mengukur nilai perusahaan adalah rasio penilaian karena rasio tersebut mencerminkan rasio risiko dengan rasio hasil pengembalian dan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan para pemegang saham. Rasio penilaian tersebut adalah rasio nilai pasar (market value ratio). Rasio nilai pasar yang sering digunakan dalam analisis laporan keuangan adalah price to book value ratio dan price earning ratio.

1) *Price to Book Value Ratio* (Rasio Nilai Pasar/ Nilai Buku)

Price to book value ratio atau rasio nilai pasar/nilai buku merupakan ukuran nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham dan Houston, 2011). Rasio ini memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan akan dipandang baik oleh investor apabila perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman dan terus mengalami pertumbuhan. Nilai pasar/nilai buku diperoleh melalui perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. *Price to book value ratio* digunakan sebagai rasio untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini.

2) *Price Earning Ratio* (Rasio Harga/ Laba)

Price earning ratio atau rasio harga atau laba merupakan rasio harga per lembar saham terhadap laba per lembar saham yang menunjukkan berapa banyak jumlah rupiah yang harus dibayarkan oleh para investor untuk membayar setiap rupiah laba yang dilaporkan. *Price earning ratio* (PER) yang tinggi akan menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Chen, 2014). Menurut Petronila dan Mukhlisin (2013) profitabilitas merupakan gambaran dan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Pengukuran profitabilitas dapat menggunakan beberapa indikator seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Menurut Ang (2012) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas dan rasio rentabilitas menunjukkan suatu keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, laba perusahaan juga merupakan elemen dalam menentukan nilai perusahaan. Efektivitas dinilai dengan menghubungkan laba bersih yang didefinisikan dalam berbagai rasio terhadap aktiva, misalnya rasio profitabilitas. Analisis profitabilitas menekankan pada suatu kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan

kekayaan yang ada untuk menghasilkan laba selang periode tertentu yang diukur melalui rasio-rasio profitabilitas, (Riyanto, 1999). Proksi lain yang digunakan adalah *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity* dan *Earning Power* (Brigham, 2001).

ROI misalnya menunjukkan rasio laba setelah pajak terhadap total aktiva, ROE yang sering disebut rentabilitas modal sendiri, digunakan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri, dan yang terakhir, earning power atau rentabilitas, mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba usaha dengan aktiva yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Rasio ini dihitung dengan membagi laba usaha (laba sebelum bunga dan pajak) dengan total aktiva.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, laba, jumlah cabang, dan lain sebagainya (Harahap, 2008:304). Profitabilitas merupakan faktor yang harus diperhatikan karena dapat menjadi ukuran kelangsungan hidup suatu perusahaan. Tanpa adanya keuntungan, akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar (Reyhan, 2014). Ukuran yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah *return on asset (ROA)*. *Return on asset (ROA)* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada dan setelah biaya-biaya modal dikeluarkan dari analisis. *Return On Asset (ROA)* adalah rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas. *Return On Asset (ROA)* berfungsi untuk mengukur efektivitas

perusahaan dalam menghasilkan laba dan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Sukmawati, et al., 2014).

ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. ROA menggunakan laba sebagai salah satu cara untuk menilai efektifitas dalam penggunaan aktiva perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan asset. *Return on Asset* (ROA) merupakan bagian dari rasio profitabilitas dalam menganalisa laporan keuangan atas laporan kinerja keuangan perusahaan. ROA sebagai rasio profitabilitas yang menunjukkan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total aset bank, rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan aset atau kekayaan perusahaan. Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset atau kekayaan perusahaan yang ditanamkan/ diinvestasikan.

2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Karena hal ini merupakan informasi penting bagi pengguna laporan keuangan maka informasi ini akan diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan. Adanya

kepemilikan manajerial menjadi hal yang menarik jika dikaitkan dengan *agency theory* (Christiawan dan Tarigan, 2007). Konflik keagenan bisa dikurangi bila manajer mempunyai kepemilikan saham dalam perusahaan. Kebijakan manajer yang memiliki saham perusahaan tentu akan berbeda dengan manajer yang murni sebagai manajer. Manajer yang sekaligus pemegang saham akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat pula. Dengan kepemilikan manajerial, seorang manajer yang sekaligus pemegang saham tidak ingin perusahaan mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan usaha akan merugikan manajer karena kehilangan insentif dan pemegang saham akan kehilangan *return* bahkan dana yang diinvestasikan (Sulistiono, 2010). Kepemilikan manajerial menurut Wahidahwati (2002:5) adalah : Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Direktur dan Komisaris). Kepemilikan manajerial diukur dari jumlah prosentase saham yang dimiliki manajer. Dalam laporan keuangan perusahaan, kepemilikan manajerial ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Karena hal ini merupakan informasi penting bagi stakeholder perusahaan maka informasi ini akan diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan. Dalam teori keagenan, hubungan antara manajer dan pemegang saham digambarkan sebagai hubungan antara agen dan prinsipal (Rachmawati dan Triatmoko, 2006) dalam Sulistiono (2010). Kepemilikan saham manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan

kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer adalah juga sekaligus sebagai seorang pemilik. Argumen tersebut mengindikasikan mengenai pentingnya kepemilikan manajerial dalam struktur kepemilikan perusahaan (Sulistiono, 2010). Kepemilikan manajerial dihitung dengan menggunakan persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan yang secara aktif ikut serta 39 dalam pengambilan keputusan perusahaan (komisaris dan direksi). Kepemilikan manajerial menurut (Masdupi 2005) dalam Indahningrum dan Handayani (2009) dapat diukur dengan cara kepemilikan saham oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris perusahaan dibagi total dari saham biasa perusahaan yang beredar.

2.1.5 Dividend Payout Ratio

Salah satu return yang akan diperoleh para pemegang saham adalah dividen. Dividen adalah distribusi yang bisa berbentuk kas, aktiva lain, surat atau bukti lain yang menyatakan utang perusahaan, dan saham, kepada pemegang saham suatu perusahaan sebagai proporsi dari jumlah saham yang dimiliki oleh pemilik. Menurut Sumarto (2007), Dividen adalah bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham. Pengumuman dividen merupakan salah satu informasi yang akan direspon oleh pasar. Menurut Arifin (1993) dalam Andinata (2010), pengumuman dividen dan pengumuman laba pada periode sebelumnya adalah dua jenis pengumuman yang paling sering digunakan oleh para manajer untuk menginformasikan

prestasi dan prospek perusahaan. Dalam pembayaran dividen, perusahaan dapat menggunakan bentukbentuk tertentu pembayaran dividen. Baridwan (2004 : 233) dalam Prapaska 29 (2012) menyatakan bahwa dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham dapat berbentuk dividen yang berbentuk uang pembagian dividen yang paling sering dilakukan adalah dalam bentuk uang. Para pemegang saham akan menerima dividen sebesar tarif per lembar dikalikan jumlah lembar yang dimiliki dan dividen yang berbentuk aktiva (selain kas dan saham sendiri). Dividen yang dibagikan kadang-kadang tidak berbentuk uang tunai, tetapi berupa aktiva seperti saham perusahaan lain atau barang-barang hasil produksi perusahaan yang membagikan dividen tersebut. Pemegang saham yang menerima dividen seperti ini mencatat dalam bukunya dengan jumlah sebesar harga pasar yang diterimanya. Penerimaan dividen dalam bentuk saham dari perusahaan yang membagi saham disebut dividen saham. Saham yang diterima berbentuk saham yang sama dengan yang dimiliki atau saham jenis yang lain. Tujuan dari pembagian dividen adalah untuk memaksimalkan kemakmuran bagi para pemegang saham, karena tingginya dividen yang dibayarkan akan mempengaruhi harga saham dan untuk menunjukkan likuiditas perusahaan. Dengan dibayarkannya dividen, diharapkan kinerja perusahaan dimata investor bagus dan dapat diakui bahwa perusahaan mampu menghadapi gejolak ekonomi dan mampu memberikan hasil kepada investor.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aktiva, log size, nilai pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya menurut Suwito dan Herawati (2005 :138) ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan perusahaan ini didasarkan kepada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil.

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005). Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Karena biaya-biaya yang mengikuti penjualan cenderung lebih besar, maka perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung memilih kebijakan akuntansi yang mengurangi laba

(Sidharta, 2000). Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali, 2006); sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan :

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011). Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Sawir, 2004).

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Brigham dan Houston, 2001). Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas untuk mendapat sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk

memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri (Lisa dan Jogi, 2013). Perusahaan besar yang sudah well-established akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula Sartono (2010:249).

Menurut Setiyadi (2007) ukuran perusahaan yang biasa dipakai untuk menentukan tingkatan perusahaan adalah :

- 1) Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
- 2) Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
- 3) Total hutang, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
- 4) Total asset, merupakan keseluruhan asset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

2.1.7 Leverage

Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76). Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77).

Rizqia,dkk. (2013) dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) menyatakan bahwa dalam manajemen keuangan, *leverage* adalah penggunaan

aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Tujuan perusahaan menggunakan *leverage* agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Begitu pula sebaliknya, *leverage* juga meningkatkan variabilitas (risiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Dalam penelitian Suwardika (2017) *leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang (Wiagustini, 2010:76). Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapat respon positif oleh pihak luar. Jadi hutang merupakan tanda atau sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2011:316). Dalam penelitian Suwardika (2017) penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa, 2011). *Leverage* merupakan

gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang 21 tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan, yaitu :

- 1) Setiawan, dkk (2021) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas berupa struktur modal, perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel terikat pada perusahaan sub sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Penelitian menggunakan data Panel, yaitu gabungan data time series dan data *crosssectional* karena membandingkan antar perusahaan pada seluruh perusahaan sub sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun. Data yang digunakan adalah data sekunder yang didapat dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id yang berupa laporan keuangan yang sudah diaudit, dan annual report perusahaan. Teknik *nonprobability sampling* dalam penelitian ini adalah *purposive*

sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif verifikatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, perputaran modal kerja, dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal, perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan variabel independen ukuran perusahaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menggunakan periode waktu 5 tahun sedangkan penelitian penulis hanya menggunakan periode waktu 3 tahun.

- 2) Riyadi melakukan penelitian tahun 2019 yang berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, menurut sumbernya data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder eksternal, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumbernya, tetapi diperoleh dalam bentuk jadi dan dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain di luar perusahaan yang bersangkutan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian sebelumnya menggunakan analisis regresi linear berganda dan

menggunakan teknik estimasi path analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara simultan, variabel ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah penggunaan metode analisis regresi linear berganda dan jenis data menggunakan data kuantitatif. terletak pada jumlah variabel independen yaitu pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan 3 variabel independen sedangkan penelitian penulis menggunakan 5 variabel independen.

- 3) Luthfiana (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Azizah adalah untuk mengetahui Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap nilai Perusahaan sektor Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari BEI. Pengumpulan data yaitu menggunakan teknik dokumentasi yaitu dengan melihat dokumen yang sudah terjadi (laporan keuangan dan laporan tahunan). Laporan keuangan perusahaan diperoleh dari akses website Bursa

Efek Indonesia (www.idx.co.id). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif solvabilitas, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya menggunakan Profitabilitas sebagai variabel independen dan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji variabel independennya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian penulis menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI.

- 4) Menurut penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pendekatan Mudharabah Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2014-2016 bertujuan mengetahui pengaruh signifikansi kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan dengan pendekatan mudharabah. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear sederhana, untuk metode pengambilan data menggunakan sumber data sekunder dari annual report. Untuk data yang digunakan yaitu menggunakan data menggunakan data kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kebijakan deviden dengan rasio DPR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan variable independen yang sama yaitu kebijakan dividen. Sedangkan untuk perbedaan kedua penelitian ini adalah dari penggunaan metode analisisnya, pada penelitian sebelumnya peneliti menggunakan

metode regresi linear sederhana sedangkan peneliti menggunakan metode regresi linear bergandaperbedaan yang lain yaitu dari sumber data, peneliti menggunakan sumber data dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

- 5) Berdasarkan penelitian dari Utama & Lisa (2018) yang berjudul Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Manufaktur Food And Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada Perusahaan Sektor Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif, metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder (annual report) yang bisa di akses melalui www.idx.co.id . Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* maupun profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaanya terletak pada jumlah variabel independen yaitu pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan 2 variabel independen sedangkan penelitian penulis menggunakan 5 variabel independen.
- 6) Utami (2017) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, *Leverage*, dan Size Terhadap Nilai Perusahaan yang bertujuan menganalisis bukti empiris atas pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, *leverage* dan *size* terhadap nilai perusahaan. Dengan

menggunakan metode analisis regresi linear berganda, untuk metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder (annual report) yang bisa di akses melalui www.idx.co.id . Data yang digunakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen dan size tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya dilihat dari variable independen yaitu kebijakan dividen, profitabilitas, dan *leverage*. Adapun perbedaan penulis dan penelitian sebelumnya yaitu dilihat dari teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah agency theory dan signaling theory sedangkan penelitian penulis hanya menggunakan signaling theory.

- 7) Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda ditahun 2017 yang berjudul Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti, bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya, metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, *observasi non participant* merupakan metode pengumpulan data yang digunakan. Untuk data yang digunakan, menggunakan data kualitatif yang berupa gambaran umum perusahaan dan data kuantitatif yang berupa laporan keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan

ukuran perusahaan yang secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan namun memiliki arah negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas sama dengan *leverage* yaitu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan metode analisis regresi berganda, dan sama-sama menggunakan *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas sebagai variabel independen. Perbedaan kedua penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menggunakan data kualitatif, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif. Di samping itu objek penelitian yang dilakukan penelitian ini ialah perusahaan properti yang terdaftar di BEI yang dimana berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

- 8) Suastini, dkk (2016) dalam melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan menggunakan struktur modal sebagai variabel moderasi. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, untuk metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder (annual report) yang bisa di akses melalui www.idx.co.id . Data yang digunakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan manajerial

berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah mempunyai kesamaan di metode analisis yaitu menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Adapun perbedaannya ada di variabel independen, penelitian penulis menggunakan variabel yaitu profitabilitas, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan *leverage* sedangkan penelitian sebelumnya hanya menggunakan kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan.

- 9) Penelitian yang dilakukan oleh Vani (2016) dengan judul Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan LQ 45 Tahun 2014 bertujuan untuk mengetahui statistik kepemilikan manajerial pada nilai perusahaan LQ 45. Jenis data yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis menggunakan kepemilikan manajerial sebagai variable independen. Perbedaan penelitian sebelumnya hanya menggunakan kepemilikan manajerial sebagai satu – satunya variable independen, sedangkan penelitian penulis menggunakan profitabilitas, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan *leverage* sebagai variable tambahan.
- 10) Fau (2015) dalam melakukan penelitian mengambil judul Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dengan analisis regresi linear berganda karena variabel independen lebih dari dua. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa struktur modal secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara simultan variabel struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga model regresi cocok untuk digunakan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah, metode analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah dalam penelitian sebelumnya *proxy* ROE digunakan dalam mengukur Profitabilitas Perusahaan, sementara di penelitian penulis menggunakan ROA sebagai pengukur Profitabilitas Perusahaan.