

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakar keuangan menuturkan bahwasanya satu diantara tujuan penting suatu bisnis ialah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, dimana bisa didefinisikan sebagai memaksimalkan harga saham untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tingginya harga saham, nilai perusahaan juga ikut tinggi. Tingginya nilai suatu perusahaan merupakan dambaan semua perusahaan, sebab tingginya nilai perusahaan bisa mencerminkan tingginya tingkat kekayaan para pemegang saham. Berdasarkan Oktaviarni (2019) Nilai perusahaan ialah harga yang pembeli potensial siap untuk membelinya jika suatu perusahaan dijual. Sementara berdasarkan Akbar (2020), nilai perusahaan juga didefinisikan menjadi harga dimana calon investor mau untuk membayarnya jika suatu perusahaan dijual. Nilai perusahaan dinyatakan sebagai PBV (*Price Book Value*), yakni rasio pasar yang dipakai dalam menilai kinerja harga saham pada nilai buku. PBV adalah rasio yang biasa digunakan untuk menilai bisnis. Memaksimalkan nilai saham berarti pula seperti memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu kriteria yang digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan perusahaan dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan bisa pula diartikan sebagai langkah perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis. Langkah meningkatkan nilai perusahaan bisa dilihat menjadi suatu keberhasilan oleh perusahaan sebab hal tersebut bisa membawa kekayaan bagi para investor yang membuat investor

tersebut tertarik dalam berinvestasi di perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dinyatakan sebagai nilai harga saham, artinya nilai pasar saham tergantung dari besarnya nilai perusahaan (Setyadinata, 2021).

Berdasarkan Wahyuni (2021), Dalam mengukur nilai perusahaan bisa dilakukan melalui monitoring harga saham perusahaan di pasar saham karena dapat menggambarkan persepsi semua pemegang saham terhadap ekuitas perusahaan. Harga saham bisa digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Kebijakan dividen ialah kebijakan mengenai laba yang dihasilkan oleh perusahaan hendaknya dibagi untuk para pemegang saham pada akhir tahun berupa dividen ataukah akan tetap meningkatkan modal untuk membiayai investasi masa depan bahwasanya kebijakan dividen bisa berpengaruh pada nilai sebuah perusahaan. Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan menggunakan *price to book value*. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Akbar, 2020)

Dalam meninjau kinerja suatu perusahaan, bakal investor ataupun investor bisa menggunakan analisa rasio yang menjadi satu diantara metode yang paling terkenal serta biasa dipakai dalam menganalisa laporan keuangan suatu perusahaan, sehingga investor serta bakal investor bisa melaksanakan perbandingan dengan perusahaan lain. Nilai perusahaan kemungkinan akan dipengaruhi oleh profitabilitas, ukuran perusahaan serta kebijakan dividen. Faktor nomor satu yang diperkirakan berpengaruh pada nilai perusahaan ialah profitabilitas. Semakin tinggi laba, semakin tinggi pula efisiensi suatu

perusahaan. Tidak hanya itu, pertumbuhan laba yang lebih baik menandakan peluang perusahaan ke depan juga terlihat lebih baik, artinya nilai perusahaan meningkat di mata investor. Ketika kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba naik, demikian pula pada harga sahamnya (Safiah, 2021).

Profitabilitas ialah satu diantara angka yang berpengaruh pada nilai suatu perusahaan. Profitabilitas ialah kapabilitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan relatif terhadap penjualan perusahaan, total aset dan pemegang saham. Profitabilitas memegang peranan krusial pada setiap aspek operasi perusahaan sebab profitabilitas menandakan proses perusahaan menjalankan usahanya dengan efisien serta efektif dan juga menandakan efisiensi perusahaan. Kesuksesan bisnis pada hakekatnya ialah keberhasilan suatu perusahaan dalam menggapai tujuannya. Suatu usaha dibilang sukses jika menghasilkan laba sebab laba/keuntungan merupakan hal yang menjadi tujuan utamanya. Tujuan investor ketika menanamkan modalnya pada suatu perusahaan adalah guna memperoleh keuntungan, yakni ketika semakin banyak keuntungan yang dihasilkan perusahaan maka return yang diperoleh investor juga kian meningkat, dimana nantinya berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan serta kesejahteraan pemegang saham maupun pemilik bisnis. Profitabilitas dinilai sebagai indikator yang penting untuk menilai kinerja perusahaan atau prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Indikator ini sangat penting diperhatikan untuk mengetahui seberapa besar *return* yang dapat diterima oleh investor atas investasi yang dilakukan. rasio keuangan dapat digunakan sebagai indikator pengukur kinerja perusahaan, salah satunya adalah profitabilitas. Menurut Purnomo (2021), semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam memperoleh

keuntungan. Oleh sebab itu, profitabilitas cenderung diminati oleh investor untuk menentukan keputusan investasinya.

Menurut Agatha (2021) menjelaskan bahwasanya Nilai perusahaan begitu terpengaruh atas profitabilitas. Dengan profitabilitas yang terlihat dari harga saham dan hasil keuangan yang mencerminkan cara perusahaan dalam memakai asetnya untuk mencapai keuntungan semaksimal mungkin. Return yang baik mengindikasikan bahwasanya perusahaan tersebut baik-baik saja, sehingga hasilnya memperlihatkan nilai perusahaan itu sendiri dengan tidak langsung. Ketika kapabilitas perusahaan dalam menciptakan keuntungan naik, demikian pula harga sahamnya. Berdasarkan Nugraha (2020) Tujuan profitabilitas ialah guna menilai efisiensi manajemen yang ditandai atas hasil investasi yang dilakukan lewat operasi perusahaan, maupun dalam istilah lain mengukur efisiensi dan efektivitas perusahaan dengan menyeluruh pada manajemen hutang serta modal.

Berdasarkan atas perspektif investor, profitabilitas ialah parameter krusial untuk pengukuran nilai perusahaan saat memprediksi prospek masa depannya. Parameter tersebut begitu penting supaya diingat dalam melihat return apa yang bisa didapatkan investor dari berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan Akbar (2020) Laba ialah aspek yang bisa berpengaruh pada nilai perusahaan. Apabila pengelola bisa memanajemen usaha secara baik demikian pula biaya yang dikeluarkan usaha akan relatif rendah dengan demikian keuntungan yang diperoleh akan semakin besar. Nilai bisnis juga bisa dipengaruhi oleh besar maupun kecilnya keuntungan yang diperoleh.

Profitabilitas merupakan salah satu hal penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan usahanya, karena apabila profitabilitas yang dimiliki perusahaan

tinggi maka keuntungan yang diperoleh maka keuntungan yang diperoleh perusahaan juga tinggi sehingga dapat meningkat nilai perusahaan. menurut penelitian yang telah dilakukan Purnomo (2021) menunjukkan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pamungkas (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri Agatha (2021). tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan memberikan dampak besaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. hasil penelitian yang dilakukan oleh Aldi (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen, namun terdapat hasil penelitian yang berbeda yang dikemukakan oleh Pamungkas (2020) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan dividen. Faktor kedua, ukuran suatu perusahaan, yang bisa diukur sebagai total aset atas total penjualan, bisa mencerminkan keadaan perusahaan bahwasanya perusahaan besar tentunya memiliki dana berlebih yang terkumpul guna membiayai investasinya sehingga mendapatkan return. Ukuran perusahaan bisa dipakai dalam mendeskripsikan karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar dan mapan merasa lebih gampang mengumpulkan modal di pasar modal daripada perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan ialah suatu nilai yang memperlihatkan besar maupun kecil sebuah perusahaan dalam banyak hal, antara lain total aset, total pendapatan, serta kapitalisasi pasar (Wahyuni, 2021). Apabila perusahaan mempunyai total aset yang

besar, dengan demikian perusahaan nantinya lebih leluasa saat menggunakan aset yang dimilikinya, maka tentu saja perusahaan lebih mudah untuk mengontrol usaha dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan pada sebuah perusahaan, demikian pula semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan, merupakan salah satu variabel yang terlebih dahulu dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. ukuran perusahaan sebagai gambaran dari total asset perusahaan, apabila semakin besra ukuran perusahaan maka akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh bagian manajemen didalam memutuskan pendanaan apa yang perlu digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan yang diambil mampu memnjadikan prospek keuangan yang baik (Safiah, 2021).

Menurut Purnomo (2021), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total asset, dan total modal yang akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat.

Berdasarkan Oktaviarni (2019), Ukuran perusahaan ialah deskripsi besar maupun kecil suatu perusahaan yang didasari atas ukuran nominalnya, seperti total aset perusahaan serta total penjualannya selama periode penjualan tertentu, serta kapitalisasi pasar. Pengelompokan perusahaan berdasarkan ukuran operasi (*size and activity*) bisa digunakan investor menjadi satu diantara variabel penentu pada saat proses mengambil keputusan. Berdasarkan Setyadinata (2021) semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan yang akan digunakan perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan

nilai perusahaan. ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi dari nilai perusahaan itu sendiri. Variabel ukuran perusahaan adalah salah satu tolak ukur dalam mengukur nilai perusahaan yang dapat dilihat dari sisi seberapa besar equity (modal), sales (penjualan) dan aset perusahaan. Perusahaan besar seringkali mempunyai total aset yang besar, sebab perusahaan ini umumnya berkembang pesat serta berada pada tahap kedewasaan di mana arus kas perusahaan berada pada posisi yang baik dalam periode waktu yang begitu lama. Perusahaan besar pun nampaknya lebih stabil serta sanggup menghasilkan laba maupun keuntungan sebab mempunyai neraca yang besar jika dibanding pada perusahaan dengan neraca yang kecil (Nugraha, 2020).

Berdasarkan Nauli (2021) Ukuran perusahaan didasarkan pada total omset dari tahun ini hingga beberapa tahun. Dalam hal ini, pendapatan haruslah lebih besar daripada biaya variabel serta biaya tetap, sehingga menghasilkan laba sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih rendah dari biaya variabel dan biaya tetap, yang terjadi ialah perusahaan mengalami kerugian. Berdasarkan Astuti (2019) Ukuran didefinisikan sebagai besar maupun kecil suatu perusahaan, perusahaan yang besar dan mapan mempunyai akses yang mudah ke pasar modal. Kemudahan tersebut sangat penting karena fleksibilitas serta kemampuan dalam mengumpulkan dana yang relatif besar, dengan demikian usaha mempunyai DPR lebih tinggi dari usaha kecil. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan, semakin tinggi pula dividen yang dibayarkan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Setyadinata (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen, namun terdapat hasil penelitian yang berbeda yang dikemukakan oleh Oktaviarni (2019) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan dividen

Faktor ketiga, Kebijakan dividen merupakan bagian dari keputusan pembelanjaan perusahaan, khususnya berkaitan dengan pembelanjaan intern perusahaan. Hal ini karena, besar kecilnya dividen yang dibagikan akan mempengaruhi besar kecilnya laba ditahan. Laba ditahan merupakan salah satu sumber dana intern perusahaan (Safiah, 2021). Kebijakan dividen, yakni suatu kebijakan yang mempengaruhi keputusan perusahaan tentang keuntungan yang dihasilkannya, dimana nantinya hendak dibagikan untuk pemegang saham berupa dividen maupun dibagikan ke laba ditahan untuk biaya investasi perusahaan di masa depan. Jumlah dividen yang dibayarkan perusahaan dapat memengaruhi harga saham, karena investor melihat pendapatan *Dividen* dibanding pada *Capital Gain* (Nugraha, 2020). Berdasarkan riset Agatha (2021) menjelaskan bahwasanya jika perusahaan menaikkan pembayaran dividennya, hal ini bisa didefinisikan oleh investor menjadi sinyal bahwa manajemen berharap dapat meningkatkan hasil perusahaan dalam jangka waktu mendatang, yang berarti bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sebaliknya, mengurangi nilai pembayaran dividen dianggap menjadi suatu bisnis yang buruk. Kondisi tersebut searah pada hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Oktaviarni (2019). Hasil penelitian mengenai kebijakan deviden yang salah satunya dilakukan oleh Pamungkas (2020) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Nugraha (2020) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dividen adalah pembagian bagian keuntungan kepada para pemegang saham. Besarnya dividen yang dibagikan perusahaan ditentukan oleh para pemegang saham pada saat berlangsungnya RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Menurut

Aldi (2020) kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang. Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu masih terdapat perbedaan pada hasil, maka peneliti ingin meneliti tertarik untuk mengkaji kembali pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diungkapkan pada latar belakang maka dapat disimpulkan rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?
5. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?
6. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen sebagai pemediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?

7. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen sebagai pemediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021
6. Untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen sebagai pemediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.

7. Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen sebagai pemediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2019-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu sebagai berikut :

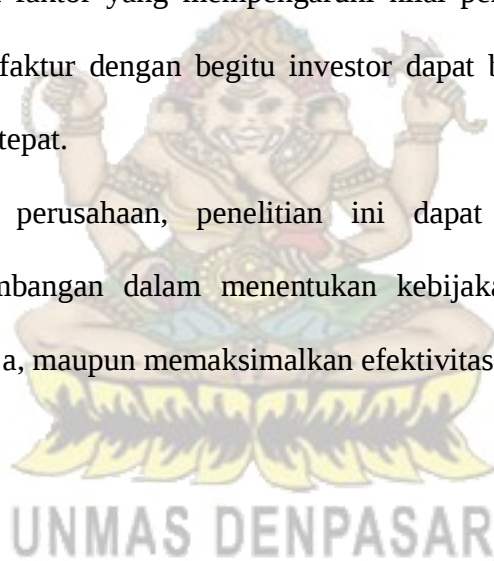
1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian dapat menyumbang bukti empiris dan mendukung teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori sinyal dan teori keagenan. Teori sinyal menjelaskan tentang pentingnya informasi laporan keuangan yang dikeluarkan pihak internal perusahaan terhadap keputusan investasi pihak eksternal. Dalam proses penyampaian sinyal tersebut terjadilah hubungan kontraktual antara pihak pemilik (principal) dengan pihak manajer (agent), yang mana dijelaskan dalam teori keagenan bahwa dalam prosesnya kerap kali terjadi asimetri informasi yaitu bilamana pihak agent mengetahui informasi lebih banyak dibandingkan dengan pihak principal mengenai perkembangan perusahaan sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Serta penelitian ini juga digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada suatu perusahaan manufaktur dan dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis yang dipelajari dalam perkuliahan dan dapat

dijadikan referensi untuk penelitian di masa mendatang untuk lebih dikembangkan.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi salah satu landasan dalam pengambilan keputusan untuk investasi saham khususnya pada sector manufaktur, sehingga penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi bagi investor dalam mengoptimalkan investasi dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dengan begitu investor dapat berinvestasi di perusahaan yang tepat.
- b) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan, perbaikan kinerja, maupun memaksimalkan efektivitas perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*signaling theory*)

Signaling theory adalah teori yang membahas naik turunnya harga saham di pasar, sehingga akan memberikan pengaruh terhadap keputusan investor. Pada teori sinyal menyatakan perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal secara sengaja kepada pasar, sehingga diharapkan pasar dapat membedakan kualitas dari perusahaan-perusahaan (Astuti, 2019)

Teori sinyal ini menekankan adanya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi yang ditunjukkan kepada pihak luar perusahaan termasuk para investor dan pemangku kepentingan lainnya, karena dalam informasi tersebut menjelaskan mengenai keterangan catatan maupun gambaran perusahaan baik di masa lalu maupun dimasa yang akan depan (Nugraha, 2020).

Teori sinyal kaitannya dengan ketersediaan informasi laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi para investor, laporan keuangan merupakan bagian terpenting dalam analisis fundamental perusahaan. Peringkat perusahaan yang telah *go-public* lazimnya didasarkan pada analisis rasio keuangan, analisis dapat dilakukan untuk mempermudah interpretasi terhadap laporan keuangan yang telah disajikan manajemen (Nauli, 2021).

Teori Sinyal menurut Oktaviarni (2019) merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan informasi untuk investor terkait dengan pandangan

manajemen pada prospek perusahaan di masa depan. Pemberian sinyal ini dimaksudkan untuk mengurangi informasi yang tidak seimbang antara perusahaan dengan investor.

Signal atau isyarat adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan di masa yang akan datang (Wahyuni, 2021). Teori sinyal mengemukakan tentang 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.

Menurut Safiah (2021) *signalling theory* merupakan tindakan perusahaan yang ditunjukkan kepada investor sebagai prospek bagi perusahaan. Sinyal ini berisikan informasi yang diharapkan oleh pemegang saham. Menurut Nugraha (2020) informasi ini sangat penting karena dapat memberikan pandangan tentang bagaimana perusahaan pada masa lalu, masa sekarang ataupun masa depan.

Signaling theory dalam Astuti (2019) menjelaskan bagaimana sinyal yang diberikan pihak pemilik informasi dapat mempengaruhi penerima sinyal tersebut untuk tertarik maupun sebagai masalah bagi pengirim sinyal serta keputusan berinvestasi bagi para pengguna laporan keuangan. Teori sinyal ini juga mengemukakan tentang cara perusahaan memberikan sinyal seperti informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan investor. Oleh karena itu, teori sinyal (*signaling theory*) merupakan upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori Agensi (*agency theory*)

Purnomo (2021), menyatakan bahwa hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai agen untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah pada pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai tujuan berbeda. Pemilik modal menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para pemilik modal sedangkan manajer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer sehingga muncullah konflik kepentingan antara pemilik atau principal (investor) dengan manajer (*agent*).

Menurut Pamungkas (2020), dalam kerangka teori keagenan terdapat tiga macam hubungan keagenan yaitu hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik, hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur, hubungan keagenan dengan pemerintah. kelengkapan pengungkapan informasi harus setransparan mungkin sebagaimana yang dikehendaki dalam kontrak keagenan. konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimalkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan yang terkait, akibat dari munculnya mekanisme pengawasan tersebut dapat menyebabkan timbulnya *cost* yang disebut dengan *agency cost* yang meliputi *monitoring cost*, *bonding cost*, *residual losses*. *monitoring cost* yaitu biaya yang timbul dan ditanggung principal untuk mengawasi perilaku agen. *Bonding cost* adalah biaya yang ditanggung oleh agen menempatkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*. *Residual losses* adalah nilai kerugian yang dialami

principal akibat keputusan yang diambil oleh agen yang menyimpang dari keputusan yang dibuat oleh *principal*.

Menurut Purnomo (2021) teori keagenan pada manajemen perusahaan menunjukkan hubungan keagenan atau *agency relationship*, dimana pemegang saham adalah *principal* yang memberikan wewenang kepada manajer sebagai agent untuk mengelola perusahaan atas nama pemegang saham. Akan tetapi, manajer memiliki tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Hubungan agensi lain yang bisa terjadi dalam perusahaan salah satunya adalah hubungan antara pemilik dan peminjam (Agatha, 2021).

Menurut Purnomo (2021), teori keagenan merupakan basis teori yang melandasi praktek bisnis perusahaan selama ini. Teori tersebut berasal dari sinergi ekonomi, teori keputusan, sosiologis dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*agency*) yaitu manajer. Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literature akuntansi disebut dengan *agency theory* (teori keagenan). Teori merupakan salah satu yang muncul dalam perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak atau pemilik dan manajemen atau manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakikatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan. Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika salah satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberi suatu jasa dan kemudian mendeliasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut.

Nugraha (2020) mengungkapkan bahwa teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajer) dan principal (pemegang saham). Hubungan antara agen dan *principal* biasanya dalam situasi asimetri informasi, dimana agen memiliki lebih banyak informasi dibandingkan principal karena yang menjalankan kegiatan operasional adalah agen (manajer). Di satu sisi, pemegang saham ingin agar manajer bekerja untuk mensejahterakan pemegang saham namun manajer perusahaan bisa saja bertindak sebaliknya. Karena munculnya konflik kepentingan tersebut maka pemegang saham harus mengeluarkan sejumlah biaya yang disebut dengan *agency cost* untuk melakukan pengawasan secara total terhadap para manajer.

Agency Theory yaitu kontrak antara manajer (agen) perusahaan dengan pemegang saham (*principal*) (Astuti, 2019). Dimana manajer ditunjuk oleh pemegang saham untuk mengelola perusahaan. Namun pada kenyataannya terdapat asymmetric information yang seringkali terjadi. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan informasi yang dimiliki oleh keduanya yang dapat mengakibatkan terjadinya benturan antara tujuan perusahaan dengan tujuan pribadi manajer. Dengan kewenangan yang dimilikinya, manajer dapat bertindak dengan hanya menguntungkan dirinya sendiri dan mengorbankan kepentingan dari para pemegang saham. Pihak pemilik dapat membatasi hal tersebut dengan memberikan tingkat insentif yang sesuai kepada manajer dan harus bersedia mengeluarkan biaya pengawasan atau *monitoring cost* untuk mencegah kepentingan pribadi dari manajer tersebut. Biaya-biaya itu disebut *agency cost*. Berdasarkan teori agensi tersebut perusahaan akan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah, mereka cenderung akan melaporkan laba bersih rendah karena mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen. Salah

satunya adalah biaya yang dapat memberikan keuntungan berupa peningkatan reputasi perusahaan di mata masyarakat umum. Maka dari itu terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya yaitu biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politis. Sebagai bentuk pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha selalu memenuhi keinginan pihak prinsipal (pemilik), dalam hal ini yaitu berbentuk pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih pemegang saham mempekerjakan manajer untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Tujuan hubungan dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan di pihak investor dan pengendalian di pihak manajemen (Setyadinata, 2021). Masalah keagenan dapat terjadi apabila adanya asimetri informasi. Untuk mengatasi masalah keagenan, hutang bisa menjadi salah satu cara meminimalkan masalah keagenan pada manajemen. Kebijakan utang merupakan suatu mekanisme yang dapat digunakan oleh manajer untuk memberikan gambaran kepada para pemegang saham eksternal tentang usaha yang dilakukan oleh para manajer dalam rangka melaksanakan tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan (Nugraha, 2020). Dengan adanya hutang, maka ada pihak lain yang ikut mengawasi kinerja dari manajemen perusahaan, yaitu kreditur. Bukan hanya pemegang saham selaku prinsipal saja yang akan mengawasi manajemen perusahaan, namun juga pihak eksternal yaitu kreditur juga mengawasi kinerjanya. Semakin banyak yang mengawasi

maka peluang manajemen melakukan tindakan yang bisa merugikan perusahaan dan pemegang saham akan semakin kecil.

2.1.3 Kebijakan dividen

Kebijakan dividen (*dividend policy*) merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun atau periode akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang (Wahyuni, 2021). Kemampuan membayar dividen erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba, jika perusahaan memperoleh laba yang besar maka kemampuan membayar dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Pembayaran dividen yang relatif besar oleh perusahaan akan dianggap investor sebagai sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang maka pembayaran dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kemampuan membayar dividen erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba, jika perusahaan memperoleh laba yang besar maka kemampuan membayar dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Pembayaran dividen yang relatif besar oleh perusahaan akan dianggap investor sebagai sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang maka pembayaran dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total asset, maupun modal sendiri (Oktaviarni, 2019). suatu perusahaan harus memperoleh laba agar dapat terus tumbuh dan berkembang untuk waktu yang relatif lama. Profitabilitas adalah ukuran sampai seberapa besar efektivitas manajemen dalam mengelola *asset* dan modal yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas yang dilakukan perusahaan pada periode akuntansi tertentu. Perusahaan yang memiliki profitabilitas atau tingkat pengembalian atas investasi yang tinggi, maka menggunakan hutang yang relatif sedikit. tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan mereka dengan dana yang dihasilkan secara internal.

Investor menggunakan profitabilitas untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai atas saham yang dimiliki. Kreditur menggunakan profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar pokok dan bunga pinjaman bagi kreditur sehingga semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan akan sangat menarik minat para investor untuk menanamkan sahamnya dengan begitu nilai perusahaan akan meningkat. rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar-kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Safiah, 2021).

Profitabilitas merupakan suatu indikator untuk menunjukkan keberhasilan operasional perusahaan dengan mendapatkan laba yang tinggi dimasa yang akan

datang. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan menghasilkan laba perusahaan. hal tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan laba bersih yang akan menyebabkan harga saham yang berarti juga adanya kenaikan dalam nilai perusahaan.

2.1.5 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar-kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva, jumlah penjualan, rata – rata penjualan. Semakin besar nilai *item-item* tersebut, maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin besar *asset* maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak perputaran uang dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal masyarakat (Wahyuni, 2021).

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tekanan untuk mengelola informasi tersebut sehingga pihak manajemen perusahaan akan memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya informasi dalam mempertahankan eksistensi perusahaan. Semakin tinggi kesadaran manajemen mengenai informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan akan membuat penyajian laporan keuangan menjadi lebih tepat waktu. Memberikan informasi melalui laporan keuangan dengan menampilkan citra baik dari perusahaan maka kan membuat pihak-pihak eksternal semakin yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Wahyuni, 2021).

2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar (Nauli, 2021). Nilai perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang menunjukkan penilaian masyarakat

terhadap kinerja perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan namun juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang. hal ini karena investor percaya bahwa semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka akan tinggi pula tingkat pengembalian yang akan diterima investor dengan kata lain perusahaan dengan harga saham yang tinggi mempunyai nilai baik karena dianggap mampu mensejahterakan para pemegang saham (Agatha, 2021).

2.1.7 Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun hasil dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah Oktaviarni (2019) dalam penelitian dengan judul “pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor *Real Estate*, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)”. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA), likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR), kebijakan dividen yang diproksikan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Akbar (2020) dalam penelitian dengan judul “pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Astuti (2019) dalam penelitian dengan judul “pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, dividen, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan. Hasil analisis menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan. Pada model kedua, hasil menunjukkan profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sesuai dengan hasil uji Sobel, ditemukan bahwa kebijakan dividen mampu memediasi pengaruh dari profitabilitas

terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memediasi pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Nugraha (2020) dalam penelitian dengan judul “pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan”. variabel yg digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menunjukkan hasil, dimana profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Aldi (2020) dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2018”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun, kebijakan

dividen tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Pamungkas (2020) dalam penelitian dengan judul “pengaruh struktur aset, ukuran perusahaan, Profitabilitas terhadap nilai perusahaan”. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Struktur aset dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Hasil dari ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Nauli (2021) dalam penelitian dengan judul “pengaruh likuiditas, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia”. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Struktur Modal, Likuiditas, Profitabilitas, Dividen, Ukuran Perusahaan. Berdasarkan Hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan Struktur Modal (DER), Likuiditas (QR), Profitabilitas (ROA), Dividen (DPR), dan Ukuran Perusahaan (total aktiva) berpengaruh simultan dan positif. Sedangkan secara parsial, hanya Dividen (DPR) yang berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan sedangkan Struktur Modal (DER) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas (ROA), Likuiditas (QR) dan Ukuran Perusahaan (Total Aktiva) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Purnomo (2021) dalam penelitian dengan judul “pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia”. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan dividen (*dividend payout ratio*), profitabilitas (*return*

on equity), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (*price to book value*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen (*dividend payout ratio*), profitabilitas (*return on equity*), dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*price to book value*). Sedangkan secara parsial kebijakan dividen (*dividend payout ratio*) dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (*price to book value*). Namun untuk profitabilitas (*return on equity*) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (*price to book value*) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2013-2018.

Agatha (2021) dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Likuiditas, Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan, dan untuk profitabilitas kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Wahyuni (2021) dalam penelitian dengan judul “pengaruh manajerial, ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan keluarga yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2016-2019”. variabel yang digunakan adalah kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. nilai, keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keintjem (2020) dalam penelitian dengan judul “pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, profitabilitas, keputusan investasi perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia periode 2017-2019”, nilai perusahaan mencerminkan besarnya nilai *asset* yang dimiliki perusahaan. nilai perusahaan dipandang sebagai sesuatu yang sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, profitabilitas, keputusan investasi dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen, profitabilitas, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang, keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Setyadinata (2021) dalam penelitian dengan judul “pengaruh profitabilitas, price earning ratio (PER), debt to equity ratio (DER), dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018 – 2020”, nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai

oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profitabilitas, price earning ratio (PER), debt to equity ratio (DER), dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018- 2020. populasi dalam penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang berjumlah 195. jumlah sampel yang digunakan adalah 49 perusahaan dengan 147 pengamatan yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *price earning ratio*, kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *debt to equity ratio*, berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Oktaviarni (2019) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening”. Sampel penelitian diambil dari perusahaan sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2017 dengan metode *purposive sampling*. Diperoleh 10 perusahaan sebagai sampel, yang diobservasi selama 6 tahun dengan total observasi sebanyak 60. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur, analisis outer model, analisis inner model dan uji hipotesis dengan bantuan SmartPLS 3.2.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage dan Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Leverage tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen dan Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Pengaruh tidak langsung

menunjukkan variabel Leverage dan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen.

Safiah (Safiah, 2021) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2016-2018. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* atau teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode pengolahan data menggunakan analisis jalur dan sobel test. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2016-2018. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil penelitian secara tidak langsung, kebijakan dividen tidak mampu memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2016-2018.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel endogen yang digunakan yaitu nilai perusahaan, metode yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*, serta objek perusahaan yang diteliti yaitu sama sama menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel eksogen yang digunakan oleh penelitian sekarang yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen

sebagai pemediasi, jumlah sampel perusahaan yang digunakan antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang, serta periode waktu pelaksanaan yang dilakukan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang.

UNMAS DENPASAR