

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Di Indonesia sendiri perusahaan makanan dan minuman sangat berkembang dengan pesat, Hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode semakin banyak. Tidak menutup kemungkinan bahwasanya perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospeknya menguntungkan baik di masa sekarang dan dimasa yang akan datang. Alasan pemilihan sektor industri foods and beverages adalah karena saham tersebut saham-saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi, di bandingkan dengan sektor lain karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap di butuhkan. Sebab produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh indonesia. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga

saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Harga saham adalah salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Harga saham meningkat, maka berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya return bagi pemegang saham, dijelaskan secara sederhana sebagai berikut : nilai perusahaan ($V=value$) adalah hutang ($D=debt$) ditambah modal sendiri ($E=equity$). Jika diasumsikan hutang tetap, nilai perusahaan naik maka modal sendiri naik. Naiknya modal sendiri akan meningkatkan harga per lembar saham perusahaan (Nurhasanah, 2017) .

Perusahaan yang mengalami masalah pembayaran hutang, akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan sangatlah penting bagi pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2018). Harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula

keuntungan yang diperoleh oleh investor. Permintaan saham yang meningkat sangat diminati oleh investor yang akan berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang tentunya akan juga meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi pasar juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan perusahaan sub sektor *food and beverage*, dimana merupakan salah satu sub sektor usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan. Saham-saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi, di bandingkan dengan sektor lain karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap di butuhkan. Sebab produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh Indonesia.

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk dan kondisi ekonomi di Indonesia saat ini yang tidak terlalu bagus, permintaan konsumen akan makanan dan minuman ini tidak terpengaruh sedikitpun, melihat permintaan konsumen akan makanan dan minuman ini terus meningkat, namun disisi lain peningkatan tersebut diiringi dengan fluktuasi pertumbuhan laba dan laju pertumbuhan ekonomi nasional, dapat dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Laju Pertumbuhan Laba Sub Sektor Food and Beverage Periode 2016-2020

NO	Tahun	Pertumbuhan Laba Perusahaan <i>Food and Beverages</i>
1	2016	7,7%
2	2017	9,23%
3	2018	7,91%
4	2019	7,78%
5	2020	3,94%

Sumber : Kementerian Perindustrian, (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 tahun 2020 menunjukkan bahwa harga saham pada sektor industri barang konsumsi tahun 2016 mencapai 7.7%. Perlambatan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2018 hanya mencapai 7,91% dari pertumbuhan tahun 2017 sebesar 9,23%. Pada tahun 2019 mencapai 7,78% dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 3,94%.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan untuk dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum. Oleh karena itu, sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai cara meningkatkan nilai perusahaan untuk dapat dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham dan investor pasar modal. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan tersebut dipandang baik oleh para investor pasar modal. Demikian sebaliknya, apabila nilai perusahaan buruk maka akan dipandang buruk oleh para calon investor. Salah satu indikator

yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan *PBV* ini merupakan konsep yang penting, karena memberikan informasi yang paling baik dan memasukan semua ukuran hutang dan modal saham perusahaan. Nilai *PBV* untuk suatu perusahaan yang rendah yaitu 0 sampai 1, menunjukkan bahwa biaya pengganti aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut, artinya bahwa perusahaan tersebut dinilai kurang oleh pasar. Nilai *PBV* untuk perusahaan yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai asetnya (*overvalued*).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Adapun penelitian menurut Rachmawati dan Hanung (2017) Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Gill dan Obradovich (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Siallagan dan Machfoedz (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang

dilakukan oleh Naceur dan Goaid (2016) memiliki hasil yang bertentangan, dimana hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan diukur dengan total asset perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang di gambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.

Ada beberapa alat ukur dari nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Price Earning Ratio* (PER). *Price Earning Ratio* (PER) adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. Secara mudahnya, PER adalah perbandingan antara harga pasar saham dengan laba bersih per saham, dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Faktor- faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan (Setia, 2018).

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang

atausering 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* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2019). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar. Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang *negative* pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2018). Adapun penelitian sebelumnya menurut Prastika (2019) menemukan bahwa *leverage* memengaruhi nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Odongo, Leonard, dan Mokoteli (2018) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaiied (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Odongo, Leonard, dan Mokoteli (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan Salehi dan Manesh (2020) *Leverage* dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kayo dan Kimura (2020) menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Psilaki dan Daskalakis (2019) serta menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.2
Data Rata- Rata Nilai Perusahaan Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas pada sector Perusahaan Food & Beverage di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016 - 2020

Tahun	Size(Total Asset)	Leverage (DER)	Profitabilitas (ROA)	Nilai Perusahaan (PBV)
2016	370.087.511.183,50	0,43%	11,21%	3,45
2017	3.605.820.536.240,17	0,37%	24,67%	6,64
2018	1.322.81.243.060,00	0,35%	25,11%	10,44
2019	1.240.147.304.02,17	0,59%	0,11%	22,53
2020	1.252.786.383.654,17	0,75%	0,14%	15,02

Sumber : www.idx.co.id, data diolah 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menunjukkan sebuah fenomena nilai perusahaan yang diproksikan dengan *PBV* pada perusahaan manufaktur sub – sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2016 – 2020. Tahun 2016 nilai perusahaan diperoleh sebesar 3,45%. Pada tahun 2017 nilai perusahaan sebesar 6,64%. Tahun 2018 nilai perusahaan diperoleh sebesar 10,44%. Pada tahun 2019 nilai perusahaan yang diperoleh sebesar 22,35% dan pada tahun 2020 nilai perusahaan diperoleh 15,02%.

Penggunaan perusahaan makanan dan minuman ini mengacu pada pernyataan bahwa salah satu sektor yang menjadi unggulan dari sektor manufaktur yang ada di Indonesia. Kondisi Industri Makanan dan Minuman akan memberikan keuntungan lebih untuk investor, dikarenakan Industri memiliki prospek kinerja yang baik. Beberapa penelitian sebelumnya terdapat *research gap*. Seperti, penelitian yang dilakukan oleh Salafudin (2016), Salim (2018), serta penelitian Putri & Suprasto (2016) yang menunjukkan hasil bahwa *corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan

hasil ditunjukkan pada penelitian Dewi (2019), Pernamasari dan Fina (2019), serta Antari dan Dana (2013), penelitian yang menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Dalam penelitian Wahyuni (2019), Fitriyani (2019) serta Utomo (2016) dimana ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016), Putra dan Lestari (2016), serta Pramana dan Mustanda (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Hasil penelitian Rudangga dan Sudiarta (2016), Rachman (2016), serta Utomo (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anugerah dan Suryanawa (2019) dan Setiawan dan Christiawan (2017) dimana *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan untuk dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum. Oleh karena itu, sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai cara meningkatkan nilai perusahaan untuk dapat dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham dan investor pasar modal. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan tersebut dipandang baik oleh para investor pasar modal. Demikian sebaliknya, apabila nilai perusahaan buruk maka akan dipandang buruk oleh para calon investor. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan *Price Earning*

Ratio (PER) ini merupakan konsep yang penting, karena memberikan informasi yang paling baik dan memasukan semua ukuran hutang dan modal saham perusahaan. Nilai *Price EarningRatio* (PER) untuk suatu perusahaan yang rendah yaitu 0 sampai 1, menunjukkan bahwa biaya pengganti aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut, artinya bahwa perusahaan tersebut dinilai kurang oleh pasar. Nilai *Price Earning Ratio* (PER) untuk perusahaan yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai asetnya (*overvalued*). Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (Brigham & Houston, 2019). Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Seringkali pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba yang besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja yang baik, sebaliknya kalau laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik. Laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan harus dievaluasi dari suatu periode ke periode berikutnya dan bagaimana laba aktual

dibandingkan dengan laba yang direncanakan. Apabila seorang manajer telah bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham yaitu untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

- 2) Apakah leverage berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Di harapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensidibidang karya ilmiah yang dapat mengembangkan ilmu pengetahuan.
- 2) Penelitian ini merupakan latihan dan pembelajaran dalam menerapkanteori yang diperoleh sehingga diharapkan menambah ilmupengetahuan dan pengalaman.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini sebagai praktik langsung dari teori-teori yang diperoleh selama dibangku perkuliahan, serta untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang manajemen.
- 2) Bagi perusahaan Hasil dari penelitian ini mungkin dapat dijadikan sebagaibahan referensi bagi para manajer di setiap subnya masing-masing dalam upaya memaksimalkan nilai usahanya sebagai tujuan utama mendapatkanlaba.
- 3) Bagi Investor Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan dan bahan dalam membandingkan perusahaan yang akan menjadi sasaraninvestasi. Sehingga modalnya mampu menghasilkan laba.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian atau rasio pasar, rasio untuk mengukur pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai oleh perusahaan (Wiagustini, 2020). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan maka manajer dihadapkan pada keputusan keuangan yang meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan yang menyangkut pembagian laba (Van Horne, 2018).

Para investor perlu melakukan penilaian terlebih dahulu terhadap saham-saham yang dipilihnya sebelum melakukan investasi, untuk selanjutnya apakah saham tersebut akan memberikan tingkat retribusi yang sesuai dengan tingkat retribusi yang diharapkan. Salah satunya indikator yang menjadi fokus perhatian investor adalah rasio harga saham terhadap nilai bukunya yang disebut dengan *Price to Book Value (PBV)*. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hemastuti, 2018). Nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan ukuran *Price to Book Value (PBV)*, yaitu rasio antara harga pasar

terhadap nilai buku saham. *PBV* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan ke depan. Hal ini juga menjadi keinginan pemilik perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Sebagaimana dijelaskan dalam teori manajemen keuangan, bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen asset.

Sugiyono dan Untung (2017) menggambarkan seberapa besar pasar mengharagai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Price to Book Value* adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran sebuah perusahaan (*firm size*) dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. *Agency theory* menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Berbagai biaya yang muncul akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada diperusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan

kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas assetnya. Kemudahan ini merupakan informasi baik bagi pengambilan keputusan investasi dan juga dapat merefleksikan nilai perusahaan dimasa mendatang. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan.

Menurut (Hartono,2018) menyatakan bahwa “perusahaan yang besar mempunyai risiko yang lebih kecil. “Hal ini karena perusahaan yang besar dianggap lebih mempunyai akses ke pasar modal sehingga dianggap mempunyai beta yang lebih kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2017) dengan hasil studi menunjukkan, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log natural dari total asset.

$$SIZE = Ln \times Total\ assets$$

Menurut Kasmir (2008) komponen atau isi yang terkandung dalam suatu asset dibagidalam dua kategori yaitu :

- 1) Asset lancar yaitu asset-aset yang relative mudah untuk dikonversi menjadi uang, dijual atau digunakan dalam jangnan waktu satu tahun. Asset lancer meliputi : kas, piutang, persediaan, biaya dibayar dimuka.
- 2) Asset tetap adalah harta kekayaan milik perusahaan yang dapat diukur dengan jelas dan bersifat permanen. Asset tetap dibeli dengan tujuan dipakai sendiri oleh perusahaan dan tidak dijual kembali. Asset tetap dapat dibagi menjadi dua yaitu :

asset tetap berwujud: tanah, gedung, mesin dan kendaraan dan asset tidak berwujud : goodwill, hak cipta, hak paten, franchise dan merek dagang.

2.1.3 Leverage

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. *Leverage* perlu dikelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Menurut Kasmir (2019) Rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio *Leverage* akan menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga membandingkan total penggunaan hutang terhadap keseluruhan aktiva perusahaan, maka dari itu jika investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut diperoleh dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tersebut tidak bisa melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Sujarweni (2017) menyatakan bahwa rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Merkusiwati (2019) mengatakan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi kebijakan hutang suatu perusahaan. Dalam praktiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio *leverage* yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar. Tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang lebih rendah tentu mempunyai resiko kerugian lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki resiko *leverage* yang lebih kecil. Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total assetnya (Ernawati dan Widyawati, 2016).

Rasio *leverage* sangat penting bagi investor dalam membuat suatu pertimbangan dalam penilaian saham. Para investor pada umumnya akan cenderung menghindari disebut *financial risk* risiko. Risiko yang timbul dalam penggunaan *financial leverage* yaitu resiko tambahan yang dibebankan kepada pemegang saham sebagai hasil penggunaan utang oleh perusahaan. Semakin tinggi *leverage* dalam suatu perusahaan, maka semakin besar resiko keuangannya dan sebaliknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *leverage* maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.

Jenis rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Debt to Equity Ratio (DER)*. Menurut Kasmir (2019), rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

2.1.4 Profitabilitas

Menurut Sartono (2018) bahwa profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka Panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Kasmir (2019) mengatakan bahwa, rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga

memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu dengan modal atau aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Mohammad Nur Fauzi (2018) menyatakan bahwa, tinggi rendahnya laba merupakan factor penting perusahaan. Besar kecilnya laba perusahaan dapat diketahui melalui Analisa laporan keuangan

perusahaan dengan rasio profitabilitas. Menurut Hanafi dan Halim (2019) *Retrun On Asset* (ROA) merupakan rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat pendapatan asset dan modal saham tertentu. *Retrun On Asset* (ROA) adalah mengukur kemampuan menghasilkan laba dengan total aktiva yang digunakan (Wiagustini, 2020).

Menurut Dendawijaya (2019) rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati oleh investor, karena tingkat pengembalian factor dividen akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak pada struktur pendanaan perusahaan tersebut karena jika ROA perusahaan tinggi maka perusahaan akan menggunakan dana internal yang lebih banyak dan mengurangi dana eksternal dari para kreditur.

Rumus untuk mencari *Retrun on Assets* (ROA) dapat digunakan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali Indonesia pada tahun 2017, menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *leverage* maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.
- 2) Merkusiwati (2019) mengatakan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi kebijakan hutang suatu perusahaan.
- 3) Menurut Sartono (2018) bahwa profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.
- 4) Mohammad Nur Fauzi (2018) menyatakan bahwa, tinggi rendahnya laba merupakan factor penting perusahaan. Besar kecilnya laba perusahaan dapat diketahui melalui Analisa laporan keuangan perusahaan dengan rasio profitabilitas.
- 5) Menurut Hanafi dan Halim (2019) *Retrun On Asset* (ROA) merupakan rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat

pendapatan asset dan modal saham tertentu.

- 6) Menurut (Hartono,2019) menyatakan bahwa “perusahaan yang besar mempunyai risiko yang lebih kecil. “Hal ini karena perusahaan yang besar dianggap lebih mempunyai akses ke pasar modal sehingga dianggap mempunyai beta yang lebih kecil.
- 7) Penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2017) dengan hasil studi menunjukkan, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log natural dari total asset.
- 8) Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wiagustini (2018), Rasio penilaian atau rasio pasar, rasio untuk mengukur pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai oleh perusahaan.
- 9) Menurut Horne, (2020), untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan maka manajer dihadapkan pada keputusan keuangan yang meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan yang menyangkut pembagian laba.
- 10) Sugiyono dan Untung (2016) menggambarkan seberapa besar pasar mengharagai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.