

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal itu ditandai dengan pertumbuhan jumlah investor di pasar modal yang terus meningkat secara signifikan. Menurut data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), sejak tahun 2020 hingga 2022 terjadi peningkatan jumlah investor di pasar modal yang dihitung berdasarkan *Single Investor Identification* (SID). Pada tahun 2020 jumlah investor di pasar modal sebanyak 3.880.753, kemudian di tahun 2021 jumlah tersebut meningkat sebesar 92,99% menjadi 7.499.377, dan pada tahun 2022 jumlah investor di pasar modal tembus mencapai 10.000.628 (Sumber: www.ksei.co.id). Pertumbuhan tersebut menandakan bahwa meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya berinvestasi di pasar modal. Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling populer saat ini. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Pada sisi lain, saham merupakan instrumen investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik berupa dividen dan *capital gain*.

Meningkatnya jumlah investor di pasar modal harus didukung dengan peningkatan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja yang baik dan mampu menghasilkan laba yang maksimal, maka permintaan akan saham perusahaan tersebut akan meningkat, sehingga menyebabkan harga

sahamnya tinggi. Saham dengan tingkat harga yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan juga tinggi.

Menurut Saputri dan Giovanni (2021), ketika suatu perusahaan telah memutuskan untuk menawarkan sahamnya ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai pandangan seorang investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan adalah representasi dari kinerja suatu perusahaan yang menjadi penentu minat investor dalam berinvestasi. Menurut Iman, dkk. (2021) nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi pemegang saham atau investor karena merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Dina dan Wahyuningtyas, 2022). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, tujuan perusahaan tidak hanya untuk memperoleh laba sebesar-besarnya, namun juga memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan dapat mensejahterakan pemilik perusahaan dan para pemegang saham. Nilai perusahaan menjadi cerminan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Neli, 2022). Semakin tinggi harga sahamnya, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila harga saham perusahaan turun, maka nilai perusahaan juga mengalami penurunan.

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, setiap perusahaan berupaya mencapai tujuannya yaitu mensejahterakan pemilik perusahaan, mencapai keuntungan yang maksimal serta memberi kepuasan terhadap penanam modal perusahaan (Taufiqurrahman dan hidayati, 2022). Dengan begitu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka setiap perusahaan berusaha bekerja dengan

maksimal untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal perusahaan terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Nilai perusahaan menjadi penting untuk perusahaan mengingat investor lebih tertarik dengan kinerja perusahaan yang baik (Ambarwati dan Vitaningrum, 2021). Selain dapat mencerminkan keadaan perusahaan saat ini, nilai perusahaan juga dapat menggambarkan bagaimana prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi membuat para investor yakin dan percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang, bertanggungjawab, dan dapat memberikan keuntungan yang diharapkan di masa mendatang.

Perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi menjadi beberapa sektor, salah satu diantaranya sektor barang konsumen primer. Menurut Adji dan Kelen (2022) sektor barang konsumen primer merupakan sektor yang bertumbuh dengan baik kinerjanya, sehingga perusahaan yang tergabung dalam sektor ini dapat dikatakan sebagai sektor yang bagus untuk investasi. Sektor barang konsumen primer mencakup perusahaan-perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa secara umum dijual kepada konsumen namun bersifat anti-siklis, atau barang primer/dasar yang permintaannya tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi (Breliastiti, 2021). Perusahaan sektor barang konsumen primer memiliki perkembangan yang cukup pesat dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah. Dengan melajunya jumlah penduduk setiap tahunnya menunjukkan kebutuhan akan barang konsumen primer akan terus bertambah dan berkelanjutan. Besarnya permintaan konsumen terhadap barang produksi menjadi pendorong meningkatnya laba yang diperoleh perusahaan,

hal ini membuat sektor konsumen primer menjadi lahan investasi yang cukup diminati investor khususnya investor yang fundamentalnya terhadap saham jangka panjang (Tinjak dan Sudjiman, 2022).

Menurut Susanty dan Pangestuti (2022) industri yang dengan secara mudahnya mendapatkan dana yang asalnya dari investor diantaranya sektor barang konsumen primer sebab berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan dianggap memiliki potensi yang dikarenakan produk pada sektor ini bersifat konsumsi, sehingga akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan. Berdasarkan uraian sebelumnya, perusahaan sektor konsumen primer memiliki perkembangan dan kinerja perusahaan yang baik sehingga para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sektor tersebut. Hal itu dapat meningkatkan nilai perusahaan karena harga saham perusahaan terus meningkat. Namun pada kenyataannya, selama tahun 2020 hingga 2022 nilai perusahaan sektor barang konsumen primer cenderung fluktuatif. Data yang mendukung hal ini tercantum pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022

No	Emiten	PBV		
		2020	2021	2022
1	AMRT	4,15	5,35	9,59
2	CPIN	4,58	3,88	3,52
3	HMSP	5,79	3,85	3,47
4	ICBP	2,20	1,85	2,03
5	INDF	0,76	0,64	0,63
6	UNVR	56,79	36,28	44,86
Rata-rata		12,38	8,64	10,68

Sumber: Data diolah, (2023)

Berdasarkan data yang diolah dari Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2022, rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang

dihitung dengan rasio *Price Book Value* (PBV) mengalami fluktuasi. Fluktuasi nilai perusahaan tersebut ditunjukkan oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar (*market cap*) terbesar di sektor ini yaitu AMRT (Sumber Alfaria Trijaya, Tbk), CPIN (Charoen Pokhand Indonesia, Tbk), HMSP (HM Sampoerna, Tbk), ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk), INDF (Indofood Sukses Makmur, Tbk), dan UNVR (Unilever Indonesia, Tbk). Pada tahun 2020 rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen primer menunjukkan nilai 12,38. Kemudian pada tahun 2021 rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen primer mengalami penurunan sebesar 30,21% menjadi 8,64. Lalu pada tahun 2022 rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen primer meningkat hanya sebesar 23,61% dengan menunjukkan nilai sebesar 10,68. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa selama tahun 2020-2022 nilai perusahaan sektor barang konsumen primer terus mengalami fluktuasi, baik itu penurunan maupun peningkatan akibat perubahan dari harga saham. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu profitabilitas, likuiditas, keputusan investasi, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan perusahaan.

Profitabilitas adalah seberapa besar tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aset, modal atau penjualan. Tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan mencerminkan kondisi dari perusahaan tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi indikator penilaian perusahaan. Apabila rasio profitabilitas perusahaan meningkat maka para kreditor, supplier, dan investor yang merupakan *stakeholder* perusahaan menilai kinerja perusahaan baik. Rasio profitabilitas yang meningkat juga akan diikuti dengan

meningkatnya nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2018) dan Suardana, dkk. (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Banjarnahor (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Septriana dan Mahaeswari (2019) serta Lumentut dan Mangantar (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya ada rasio likuiditas, likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya atau seberapa cepat perusahaan mengubah aset yang dimilikinya menjadi kas (Sukamulja, 2019:87). Meningkatnya rasio likuiditas suatu perusahaan maka semakin meningkat pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Suatu perusahaan dapat dikatakan likuid jika mempunyai aset lancar yang lebih besar dibandingkan dengan kewajiban lancarnya. Tingkat likuiditas yang baik menandakan bahwa perusahaan dalam keadaan sehat dari segi keuangannya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para investor dan kreditor. Adapun penelitian sebelumnya menurut Ndruru, dkk. (2020) serta Damayanti dan Darmayanti (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda didapat oleh Fitriana dan Purwohandoko (2022) yang menyatakan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Lumoly, dkk. (2018) serta Lumentut dan Mangantar (2019) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun keputusan yang perlu diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu keputusan investasi. Keputusan investasi adalah keputusan yang harus diambil seorang manajer keuangan untuk mengalokasikan dana yang dimiliki oleh perusahaan baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan, sehingga mendatangkan keuntungan di masa mendatang. Semakin banyak keputusan investasi yang ditentukan oleh perusahaan akan semakin banyak kesempatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan ataupun tingkat pengembalian aset. Keputusan investasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan gambaran bahwa perusahaan memanfaatkan dana yang dimilikinya dengan baik untuk memperoleh *return* di masa mendatang. Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suardana, dkk (2020) dan Mutmainnah, dkk. (2019) menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Salama, dkk. (2019) menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu Amaliyah dan Herwiyanti (2020) dan Komala, dkk. (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen adalah kebijakan yang dikaitkan dengan penentuan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan (Siregar, dkk., 2019). Menurut Harmono (2019:12), kebijakan dividen adalah persentase laba yang dibayarkan kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen tunai, penjagaan stabilitas dividen dari waktu ke waktu, pembagian dividen saham, dan pembelian kembali saham. Besar kecilnya jumlah dividen yang dibayarkan oleh perusahaan

tergantung kepada kebijakan setiap perusahaan. Jumlah dividen yang dibagikan perusahaan mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Jika jumlah dividen yang dibagikan perusahaan tinggi, maka harga saham perusahaan juga akan naik, sebaliknya jika jumlah dividen yang dibagikan perusahaan rendah maka harga saham perusahaan juga akan rendah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ganar (2018) dan Oktaviarni, dkk. (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Susilowati dan Astutih (2022) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu menurut Zuraida (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan tahunan suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang (Siregar dan Kalangi, 2019). Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan perusahaan, maka pendapatan perusahaan juga semakin meningkat. Hal itu dapat membantu perusahaan untuk melakukan ekspansi usahanya dengan begitu dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata para investor, karena perusahaan dianggap memiliki prospek perkembangan yang baik di masa mendatang. Investor akan melihat pertumbuhan penjualan perusahaan, apakah baik atau tidak di masa mendatang sebelum memutuskan untuk melakukan investasi. Adapun penelitian sebelumnya, menurut Neli (2019) dan Badera (2022)

menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Septini dan Santoso (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan diatas dan adanya hasil-hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang akan difokuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022?
- 3) Apakah keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022?

- 4) Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022?
- 5) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022.
- 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer, yaitu:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu pengetahuan yaitu di bidang ilmu akuntansi, terutama mengenai studi tentang nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel-variabel relevan.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya. Diharapkan juga, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi investor untuk mengetahui bagaimana nilai suatu perusahaan sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan investasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan salah satu bagian dalam suatu penelitian yang berisikan teori-teori, konsep disertai dengan definisi dan referensi yang akan digunakan untuk literatur ilmiah yang sangat relevan, untuk studi atau penelitian.

2.1.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence (1973) dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling*. Menurut Yulimtinan dan Atiningsih (2021) teori sinyal adalah sinyal berupa informasi yang dibutuhkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Septriana dan Mahaeswari (2019) sinyal merupakan suatu hal yang digunakan manajemen untuk memberikan informasi kepada investor dengan memperlihatkan apa yang diinginkan oleh pemegang saham telah terpenuhi. Sinyal yang diberikan berisi informasi penting bagi investor untuk mengambil keputusan investasi. Investor akan melakukan interpretasi dan analisis terhadap informasi yang diberikan perusahaan apakah informasi tersebut merupakan sinyal positif atau sinyal negatif. Apabila informasi tersebut memberi sinyal positif berarti investor akan dapat menilai suatu perusahaan memiliki kualitas dan prospek yang baik sehingga keinginan untuk berinvestasi meningkat. Harga saham yang meningkat dapat membuat nilai perusahaan juga meningkat. Namun, apabila informasi tersebut

memberi sinyal negatif maka keinginan investor untuk berinvestasi akan menurun, sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang nantinya akan menurun juga.

Yuniastri, dkk. (2021) menyatakan bahwa teori sinyal dikembangkan dalam ilmu ekonomi dan keuangan untuk memperhitungkan kenyataan bahwa orang dalam (*insiders*) perusahaan pada umumnya memiliki informasi yang lebih baik dan lebih cepat berkaitan dengan kondisi mutakhir dan prospek perusahaan, dibandingkan dengan investor luar. Dengan kata lain, pihak perusahaan mempunyai kelebihan penguasaan informasi daripada pihak luar. Kondisi itu disebut dengan ketimpangan informasi (*information asymmetry*). Untuk mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek perusahaan kedepannya.

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan atau teori agensi merupakan teori yang dikemukakan pertama kali oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976. Teori agensi menjelaskan mengenai hubungan keagenan yang didasari sebuah kontrak, dimana pemilik (*principal*) melimpahkan wewenang kepada pihak manajemen (*agent*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* dan demi kepentingan *principal*. *Agent* dikontrak untuk melakukan tugas tertentu bagi *principal* dan *agent* bertanggung jawab atas tugas yang diberikan, lalu *principal* memiliki kewajiban untuk memberikan imbalan kepada *agent* atas jasa yang telah diberikan oleh *agent*. Penunjukan manajemen sebagai pengelola perusahaan ini berimplikasi terhadap

pemisahan tugas antara manajemen perusahaan dengan pemegang saham selaku pemilik perusahaan. Karena adanya pemisahan antara pembuat keputusan dan juga pemilik perusahaan maka pihak manajemen selaku pembuat keputusan akan cenderung bersifat *opportunistic* atau mendahulukan kepentingan pribadi daripada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Manajer seharusnya bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham, dengan tindakan manajer yang tidak sesuai dengan kepentingan pemegang saham akan memicu munculnya konflik agensi, sehingga menimbulkan biaya agensi (*agency cost*). Biaya agensi adalah biaya yang harus dikeluarkan pemilik perusahaan untuk melakukan kontrol terhadap kebijakan yang dikeluarkan pihak manajemen perusahaan agar dapat mengurangi konflik agensi. Namun, apabila biaya keagenan tersebut dapat diminimalisirkan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Jensen dan Mackling, 1976).

Konflik agensi dalam penelitian ini terjadi karena terdapat perbedaan kepentingan dari kedua belah pihak antara *principal* dan *agent*, dimana pihak *principal* atau pemegang saham menginginkan pengembalian maksimum atas investasinya, seperti peningkatan pembayaran dividen dari saham-saham yang ditanamkan pada perusahaan. Sedangkan pihak *agent* atau manajemen perusahaan menginginkan laba yang diperoleh perusahaan dapat diinvestasikan kembali pada perusahaan. Pihak manajemen dalam mengelola perusahaan cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadi, padahal pada dasarnya pengelolaan perusahaan bertujuan untuk memberikan kemakmuran pada pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu pencapaian perusahaan yang merupakan gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Menurut Saputri dan Giovanni (2021), ketika suatu perusahaan telah memutuskan untuk menawarkan sahamnya ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai pandangan seorang investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi pemegang saham atau investor karena merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan yang tercermin pada harga saham perusahaan (Iman, dkk., 2021). Nilai perusahaan menjadi cerminan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Neli, 2022). Nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham perusahaan terjadi karena adanya proses *demand and supply* yang ada di pasar modal. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Dengan nilai perusahaan yang tinggi dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham yang merupakan tujuan dari perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi membuat para investor yakin dan percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik kedepannya dan dapat memberikan keuntungan yang diharapkan.

Menurut Harmono (2019:114) nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). PBV merupakan suatu rasio yang sangat penting bagi para investor untuk menentukan saham mana yang akan dibeli. *Price Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa baik pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi rasionya, berarti pasar memiliki kepercayaan

penuh terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. PBV 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 juga tinggi (Gunardi, dkk., 2022:21).

2.1.4 Profitabilitas

Menurut Ali, dkk. (2021) profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh (Hidayat dan Khotimah, 2022). Tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi pula. Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena dengan meningkatkan profitabilitasnya, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang. Apabila profitabilitas perusahaan baik, maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditor, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan (Dewi, dkk., 2019). Tingkat profitabilits perusahaan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya dalam bentuk penyertaan modal.

Menurut Ompusunggu dan Wage (2021:39), jenis-jenis rasio profitabilitas diantaranya:

1. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih), merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan.
2. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor), merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan.
3. *Return on Asset (ROA)*/Rasio Pengembalian Aset, merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.
4. *Return on Equity (ROE)*/ Rasio Pengembalian Ekuitas, merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase.
5. *Earning Per Share (EPS)*, merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan.

UNMAS DENPASAR

2.1.5 Likuiditas

Menurut Sukamulja (2019:87) rasio likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya atau seberapa cepat perusahaan mengubah aset yang dimilikinya menjadi kas. Pentingnya rasio likuiditas yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo saat ditagih (Marsyita, 2018). Meningkatnya rasio likuiditas suatu perusahaan maka semakin meningkat pula kemampuan perusahaan

dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Suatu perusahaan dapat dikatakan likuid jika mempunyai aktiva lancar yang lebih besar dibandingkan dengan kewajiban lancarnya. Posisi dana lancar perusahaan harus selalu lebih besar dari pada utang lancarnya, agar perusahaan dikatakan likuid yang menandakan perusahaan itu sehat (Cahyani dan Wirawati, 2019). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik.

Menurut Kasmir (2017:110), jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan terdiri dari:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*), merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.
2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*), merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*).
3. Rasio Kas (*Cash Ratio*), merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
4. Rasio Perputaran Kas (*Cash Turnover*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tahihan dan membiayai penjualan.

5. *Inventory to Net Working Capital* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

2.1.6 Keputusan Investasi

Menurut Rajagukguk (2019) keputusan investasi adalah komitmen atas sejumlah dana yang ditanamkan untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki perusahaan dengan harapan menghasilkan pendapatan positif di masa yang akan datang. Keputusan investasi berkaitan dengan kebijakan manajer untuk menginvestasikan modal pada beberapa aset untuk mendapatkan laba dimasa mendatang atau kebijakan manajer keuangan bagaimana mengelola dana pada beberapa investasi yang menghasilkan keuntungan dikemudian hari (Fitiriawati, dkk., 2021). Keputusan investasi dikelompokkan ke dalam investasi jangka pendek seperti investasi ke dalam kas, surat-surat berharga jangka pendek, piutang, dan persediaan maupun investasi jangka panjang dalam bentuk tanah, gedung, kendaraan, mesin, peralatan produksi, dan aktiva tetap lainnya (Sarif dan Suprajitno, 2021). Perusahaan selaku investor harus memperhatikan banyak hal sebelum melakukan investasi. Hal itu karena, Pada dasarnya tujuan investor dalam melakukan investasi adalah untuk memaksimalkan *return* tanpa melupakan faktor resiko yang dihadapi (Suardana, 2020). Investasi yang terukur dan terencana dengan baik akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan di masa mendatang sehingga perusahaan memiliki sumber pendapatan selain dari kegiatan operasi utamanya (Laksono dan Rahayu, 2021).

Keputusan investasi dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang karena apabila pemilihan investasi tepat maka perusahaan akan

memperoleh keuntungan yang diharapkan, namun jika pemilihan investasi tidak tepat maka perusahaan tidak akan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Semakin banyak keputusan investasi yang ditentukan oleh perusahaan akan semakin banyak kesempatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan ataupun tingkat pengembalian aset. Keputusan investasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan gambaran bahwa perusahaan memanfaatkan dana yang dimilikinya dengan baik untuk memperoleh *return* di masa mendatang. Hal itu memberikan sinyal positif pertumbuhan perusahaan di masa mendatang sehingga akan berdampak pada meningkatnya harga saham yang merupakan indikator dari nilai perusahaan. Keputusan investasi dapat dihitung dengan menggunakan rasio harga/laba atau PER (*Price Earnings Ratio*). Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga pasar saham terhadap *earnings*-nya. Kegunaan PER adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*-nya (Gunardi, dkk., 2022:22).

2.1.7 Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen adalah kebijakan yang dikaitkan dengan penentuan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan (Siregar, dkk., 2019). Menurut Darmawan (2018:16) Kebijakan dividen adalah kebijakan yang diambil oleh manajemen keuangan untuk menentukan besarnya perbandingan laba yang dibagikan kepada para pemilik saham dalam bentuk dividen tunai, *dividen smoothing* yang dibagikan, dividen saham, pemecahan saham, dan penarikan kembali saham yang beredar. Secara sederhana, kebijakan dividen dapat diartikan sebagai keputusan tentang bagaimana penggunaan laba yang menjadi hak dari

pemilik saham. Keputusan mengenai apakah perusahaan akan membagikan dividen atau tidak itu tergantung pada hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Besar – kecilnya jumlah dividen yang dibayarkan oleh perusahaan tergantung kepada kebijakan setiap perusahaan. Dividen yang dibagikan perusahaan dapat berbentuk tunai (*cash dividend*) atau saham (*stock dividend*), dividen tunai mengacu pada dividen yang diberikan emiten ke pemegang saham dalam bentuk uang tunai (Akbar dan Fahmi, 2020).

Menurut Ramadhan, dkk (2018) apabila perusahaan memiliki laba yang besar maka kemampuan perusahaan untuk membayar dividen juga besar. Perusahaan yang memberikan rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi akan lebih diminati oleh para investor, hal ini karena keuntungan pendapatan dari dividen lebih pasti daripada *capital gain*. Kebijakan dividen dapat ditunjukkan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), yaitu persentase laba yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai (Ratnasari dan Purnawati, 2019). *Dividend Payout Ratio* membandingkan laba per lembar saham (*dividend per share*) dengan laba per saham (*earnings per share*). Kenaikan dividen tunai seringkali menyebabkan kenaikan harga saham yang berarti bahwa nilai perusahaan meningkat, sementara pemotongan dividen umumnya menyebabkan penurunan harga saham yang berarti penurunan nilai perusahaan (Yanti dan Abundanti, 2019).

2.1.8 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan tahunan suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan juga dapat diartikan sebagai penjualan perusahaan yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting

dari penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Ora dan Suwitho, 2021). Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Pratiwi dan Ginting (2021) pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan pada periode sebelumnya dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa mendatang. Apabila penjualan perusahaan meningkat, itu berarti pendapatan suatu perusahaan juga meningkat. Investor akan melihat pertumbuhan penjualan perusahaan untuk memperkirakan keuntungan yang akan didapat di masa mendatang sebelum memutuskan untuk melakukan investasi. Pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan data penjualan periode yang bersangkutan dan juga data penjualan periode sebelumnya.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Ganar (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruh kebijakan dividen dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Variabel independen dari penelitian ini adalah kebijakan dividen dan profitabilitas. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Utami dan Darmayanti (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Variabel independen dari penelitian ini adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Wardani (2018) melakukan penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016). Variabel independen dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan likuiditas. variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dolontelide dan Wangkar (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Variabel independen dari penelitian ini adalah *sales growth* dan *firm size*. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales growth* dan *firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Mutmainnah, dkk. (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manjerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Variabel independen pada penelitian ini adalah kebijakan dividen, keputusan investasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manjerial. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen dan keputusan investasi memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Neli (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh *return on asset*, *investment opportunity set*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang telah melakukann IPO sebelum tahun

2012 dan tidak pernah mengalami *delisting* di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen dari penelitian ini adalah *return on asset*, *investment opportunity set*, dan pertumbuhan penjualan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on asset*, *investment opportunity set*, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Oktaviarni, dkk. (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran terhadap nilai perusahaan (studi empiris perusahaan sektor *real estate*, properti, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016). Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Astakoni, dkk. (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh keputusan investasi, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai faktor penentu nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018. Variabel independen pada penelitian ini adalah keputusan investasi, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. sementara variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil

menunjukkan bahwa keputusan investasi, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ndruru, dkk. (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. Variabel independen dari penelitian ini adalah likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Suardana, dkk. (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, keputusan investasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. sementara kebijakan utang dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Elisa dan Amanah (2021) melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai

perusahaan pada perusahaan *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019. Variabel independen dari penelitian ini adalah kinerja keuangan (ROE, CR, DER, dan TATO), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan CR, DER, dan TATO tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Komala, dkk. (2021) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi dan keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi dan keputusan pendanaan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yuniastri, dkk. (2021) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, dan

ukuran perusahaan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, kebijakan dividen, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Anggita dan Andayani (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Variabel independen dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Badera (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2019. Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Damayanti dan Darmayanti (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan transport dan logistik. Variabel independen dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan struktur modal. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Dessriadi, dkk. (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh kebijakan dividen, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Variabel independen dari penelitian ini adalah kebijakan dividen, *leverage*, dan profitabilitas. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kusumaningrum, dkk. (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan penjualan, *Earning Per Share* (EPS), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020). Variabel independen dari penelitian ini adalah profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan penjualan, *Earning Per Share* (EPS), dan ukuran perusahaan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Teknik analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan dan *Earning Per Share* (EPS) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

