

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik akan meningkat. Menurut Brigham *and* Gapenski (2011), nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Kenaikan harga saham yang melonjak tinggi mengakibatkan harga saham pada perusahaan mengalami kenaikan dan peningkatan.

Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dapat dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cermin dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset. Dengan demikian apabila terjadi kenaikan harga pasar saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Persepsi investor dalam tahap keberhasilan perusahaan dapat digambarkan melalui nilai perusahaannya, meningkatkan nilai perusahaan karena terjadinya peningkatan harga saham dapat membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan serta prospeknya dimasa yang mendatang. Data Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dari Statistik Pasar Modal 2022 yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama periode 2017-2022 yang dipublikasikan pada bulan April 2023 sebagai berikut:

Tabel. 1.1
IHSG Pasar Modal

Tahun <i>Year</i>	IHSG <i>IDX Composite Index</i>			
	Tertinggi <i>Highest</i>	Terendah <i>Lowest</i>	Akhir <i>Closing</i>	(%)
2017	6.355,65	5.250,97	6.355,65	19,99
2018	6.689,29	5.633,94	6.194,50	-2,54
2019	6.547,88	5.826,87	6.299,54	1,70
2020	6.325,41	3.937,63	5.979,07	-5,09
2021	6.723,39	5.760,58	6.581,48	10,08
2022	7.318,02	6.568,17	6.850,62	4,09

Sumber : www.ojk.go.id (2023)

Berdasarkan Tabel. 1.1 di atas dapat dilihat secara keseluruhan, pergerakan harga saham dari tahun 2017-2022 mengalami fluktuatif. Secara persentase IHSG mencapai puncak tertinggi pada tahun 2017 sebesar 19,99% dan pada puncak terendah pada tahun 2020 sebesar -5,09%. Jadi dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa harga saham bisa mengalami kenaikan dan penurunan secara drastis. Melihat fakta tersebut tidak ada kepastian mengenai harga saham yang akan didapatkan oleh investor ketika melakukan investasi saham, tentu sebagai seorang investor tidak ingin melakukan kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi karena setiap investor akan mempertimbangan *feedback* yang dihasilkan dari aktivitas investasi.

Direktur Equator Swarna Investama, Hans Kwee mengatakan pergerakan IHSG mulai terdepresiasi pada 2018 akibat Presiden AS melancarkan perang dagang terhadap China. Ketegangan politik antara AS dengan China juga meningkat signifikan. Pada tahun 2020, IHSG terdepresiasi akibat pandemi Covid-

19. Menurut Hans, pandemi membuat pertumbuhan ekonomi global maupun Indonesia terkontraksi. Wajar jika IHSG mengalami pelemahan sepanjang tahun lalu. Dilansir dari idx.channel.co.id (2021) dalam beritanya yang berjudul “Anjlok Paling Dalam, Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Turun Hingga 11,29 Persen” menyatakan pergerakan indeks saham sektor *Consumer Non-Cyclicals* atau sektor barang primer terpantau lesu sejak awal tahun 2021. Sektor ini terkikis hingga 11,29% secara *year to date*. Banyak emiten barang konsumen primer yang membukukan margin lebih rendah saat itu. Hal tersebut tidak terlepas dari kenaikan bahan-bahan baku seperti harga *crude palm oil* (CPO), minyak, gandum sejak paruh tahun lalu. Dikutip dari kontan.co.id (2021) Kepala Riset NH Korindo Sekuritas Anggaraksa Arismunandar mencermati, sektor barang konsumen primer yang didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi pasar besar memang cenderung tertekan sejak awal tahun. Ini tercermin dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat, sektor barang konsumen primer yang melemah 7,43% secara *year to date* (ytd). Sementara sektor barang konsumen non-primer menguat 13,11% *year to date* (ytd).

Dikutip dari Kontan.co.id (2021), saham emiten di sektor *Consumer Non-Cyclicals* atau barang konsumen primer yang mulai terlihat berkembang di tengah lonjakan inflasi dan ketidakpastian ekonomi. Secara sektoral *IDX Consumer Non-Cyclicals* menjadi motor penggerak bangkitnya Indeks Harga saham Gabungan (IHSG) mencapai 1,29% dan 2,5% belakangan ini. *Financial Expert* Ajaib Sekuritas M. Julian Fadli mengatakan, sektor barang konsumen primer menjadi pilihan investor di tengah kenaikan inflasi dan normalisasi kebijakan moneter yang terjadi dalam negeri maupun global. Survei konsumen BI September 2022 juga

mencatat proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi (*Average Propensity to Consume Ratio*) meningkat menjadi 74,8% dibandingkan bulan Agustus sebesar 73,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga saham bisa mengalami kenaikan dan penurunan secara drastis.

Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* atau barang konsumen primer merupakan perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang dijual kepada konsumen dan bersifat anti-siklis atau barang primer dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (<https://www.idx.co.id>). Bursa Efek Indonesia resmi menerapkan klasifikasi sektor industri baru *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) mulai tanggal 25 Januari 2021, dimana sistem klasifikasi ini memperbarui dari sebelumnya yaitu *Jakarta Stock Industrial Classification* (JASICA) yang digunakan bursa sejak 1996. Sebelumnya pada klasifikasi JASICA terdapat 9 sektor dengan 56 sub sektor turunannya, di sistem pengelompokkan yang baru menjadi 12 sektor dengan 35 sub sektor, 69 industri dan 130 sub industri, sehingga cakupannya luas salah satu sektornya adalah sektor *Consumer Non-Cyclicals* (konsumen primer) dilansir dari (CNBC Indonesia, 2021).

Adanya ketidakpastian harga saham yang mengalami kenaikan dan penurunan tersebut dapat mempengaruhi penurunan kinerja yang secara terus-menerus dapat berakibat pada rentannya kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja agar nilai perusahaan terus meningkat untuk menarik minat investor menanamkan modalnya dalam suatu perusahaan. Para investor akan tertarik untuk berinvestasi ketika nilai perusahaan tinggi dan hal ini akan

berdampak pada tingginya harga saham perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang *listing* atau sudah *go public* akan lebih cenderung memiliki tujuan untuk selalu meningkatkan nilai perusahaan dengan harapan dapat menarik perhatian investor. Nilai perusahaan yang tinggi juga mengindikasikan kemakmuran para pemegang saham, dimana kekayaan pemegang saham dipresentasikan dengan harga saham kenaikan harga pasar saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Nilai perusahaan menjadi suatu tolak ukur yang penting bagi kinerja perusahaan, semakin baik nilai perusahaan maka akan menarik investor untuk berinvestasi (Sambora dkk., 2014) dalam (Sulasih dkk., 2021). Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Salah satu indikator nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya saham yang diterbitkan oleh suatu perusahaan di pasar modal. Harga saham suatu perusahaan yang semakin tinggi akan menyebabkan tingginya nilai perusahaan yang tentunya akan berdampak pada semakin besarnya kemakmuran pemilik perusahaan. Terdapat beberapa faktor dalam meningkatkan nilai perusahaan yang dapat mempengaruhi berupa rasio-rasio keuangan yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan seperti profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan.

Besar kecilnya profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Harahap (2015:304) dalam (Dwiastuti dkk., 2019) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Profitabilitas dapat diartikan sebagai

kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan atas operasional yang dilakukan suatu perusahaan. Ketika laba meningkat maka hal tersebut dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan bagi investor perusahaan yang memiliki laba yang tinggi adalah suatu peluang atau kesempatan untuk melakukan investasi. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firda, dkk. (2021), Apriantini, dkk. (2022), Sulasih, dkk. (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Muharramah dan Hakim (2021), Palupi dan Hendiarto (2018), dan Putranto, dkk. (2022) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain rasio profitabilitas, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas ini sering digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap kewajiban atau utang perusahaan, (Hanafi, 2012:75). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik bagi investor. Kewajiban jangka pendek perusahaan dapat dipenuhi dengan menggunakan aset lancar seperti kas, piutang, surat berharga, maupun persediaan. Jika diperlukan pendanaan tambahan maka perusahaan yang memiliki aset lancar yang besar akan lebih mudah untuk melakukan pendanaan terhadap kegiatan operasionalnya.

Perusahaan mengelola risiko likuiditas agar dapat memenuhi setiap kewajiban finansial yang sudah disepakati dengan tepat waktu, dan dapat

memelihara tingkat likuiditas yang memadai dan optimal. Sukarya dan Baskara (2019), Yanti dan Darmayanti (2019), Ndruru, dkk. (2020) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Abundanti (2019) dan Saputri dan Giovanni (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Ambarwati dan Vitaningrum (2021), Indrayani, dkk. (2021) dan Komala, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang, (Kolamban, dkk., 2020). *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana suatu perusahaan mampu dalam mengelola hutangnya untuk memperoleh laba agar dapat melunasi kembali hutangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dapat memungkinkan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Pengelolaan *leverage* sangat penting karena keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang disebabkan adanya pengurangan atas pajak penghasilan. Beberapa hasil yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugraha dan Alfarisi (2020) dan Widyastuti, dkk. (2022) mengungkapkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Anugerah dan Suryanawa (2019) dan Kolamban, dkk. (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang diungkapkan oleh Firda, dkk. (2021), Sulasih, dkk. (2021), Apriantini, dkk. (2022), Bagaskara, dkk. (2021), dan Oktaviarni, dkk. (2019) mengemukakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Menurut Sembiring dan Trisnawati (2019), kepemilikan manajerial merupakan manajer sekaligus pemegang saham perusahaan dan secara aktif ikut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan. Manajer yang sekaligus mempunyai kepemilikan saham perusahaan bukan hanya berperan sebagai pengelola perusahaan namun juga sebagai pengawas kegiatan operasi perusahaan. Dalam mencapai hal tersebut maka manajer akan berusaha supaya perusahaan tidak mengalami kebangkrutan. Akan tetapi jika mengalami kebangkrutan maka manajer akan kehilangan insentif dan investor akan kehilangan dana yang diinvestasikan. Kesulitan keuangan usaha akan merugikan dirinya sendiri baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham.

Terkadang seorang manajer dalam menjalankan operasi perusahaan sering bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, melainkan justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri. Kondisi tersebut akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajerial. Konflik kepentingan yang terjadi antara pemilik dan manajer tersebut dapat diminimalisasikan dengan cara mensejajarkan kepentingan manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut serta merasakan secara langsung manfaat

dan keputusan yang diambil serta siap menanggung keputusan dan konsekuensi pengambilan keputusan yang salah. Sehingga manajemen dalam mengambil keputusan dilakukan dengan semaksimal mungkin agar dapat memakmurkan pemegang saham serta meningkatkan kinerja manajer dalam suatu perusahaan. Rivandi (2018), Dewi dan Abundanti (2019), dan Zulfi dan Widyawati (2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Iswajuni, dkk. (2018) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dan Trisnawati (2019), Dewi, dkk. (2022) dan Apriantini, dkk. (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala perusahaan yang dapat dilihat dari total aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi minat investor dalam berinvestasi di sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan keadaan keuangan perusahaan yang baik dan memiliki prospek yang menguntungkan di masa yang akan datang (Oktaviarni, dkk. 2019). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi komitmen suatu perusahaan untuk terus memperbaiki kinerja perusahaan. Maka jika kinerja perusahaan baik maka pasar akan membayar lebih mahal untuk mendapatkan saham, karena dipercaya dapat memperoleh keuntungan dari perusahaan itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh beberapa peneliti seperti (Anugerah & Suryanawa, 2019), (Yanti & Darmayanti, 2019), (Dewantari dkk., 2019), (Astika dkk., 2019) dan (Akbar &

Fahmi, 2020) yang menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Israel dkk., 2018), (Nuradawiyah & Susilawati, 2020), (Nugraha & Alfarisi, 2020) dan (Yuniastri dkk., 2019) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah diuraikan di atas terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?
- 3) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?

- 4) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?
- 5) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- 2) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- 3) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- 4) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- 5) Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian di atas, maka penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bukti empiris dan mendukung teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Serta diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan khususnya dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* sehingga dapat dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu landasan dalam pengambilan keputusan berinvestasi saham khususnya pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*, sehingga penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi bagi investor dalam mengoptimalkan investasi dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dengan begitu investor dapat berinvestasi di perusahaan yang tepat.

b) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan kedepannya, baik dalam perbaikan kinerja, maupun dalam memaksimalkan efektivitas perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Menurut Brigham dan Houston (2011:35) menyatakan bahwa teori sinyal disusun berdasarkan adanya asumsi *asymmetric information* (ketidaksamaan informasi) antara manajer dengan investor, dimana manajer memiliki informasi yang berbeda (lebih baik) mengenai prospek perusahaan daripada dimiliki investor. Dalam teori sinyal ini menunjukkan bahwa adanya asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi misalnya seperti investor. *Signalling theory* memuat tentang mengapa suatu perusahaan harus memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak luar. Oleh karena adanya asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar sehingga mendorong suatu perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak luar mengenai lebih banyak informasi dan prospek yang akan datang dari pihak luar.

Teori sinyal ini menjelaskan terdapat dua pihak yang terlibat yaitu pihak dalam seperti manajemen yang memiliki peran sebagai pihak yang memberikan sinyal dan pihak luar seperti investor yang memiliki peran sebagai pihak yang menerima sinyal tersebut. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi yang asimetri. Dalam prakteknya manajer sebagai pengelola perusahaan tentunya mengetahui lebih banyak informasi internal dan

prospek perusahaan di waktu mendatang dibandingkan pemilik modal atau pemegang saham. Sehingga sebagai pengelola, manajer memiliki kewajiban memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Adapun upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yaitu manajer dapat memberikan informasi berupa laporan keuangan yang dapat dipercaya. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham. Dalam penelitian (Israel dkk., 2018), menurut Brigham dan Houston (2011:184) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Hubungan antara *signalling theory* dengan nilai perusahaan adalah jika nilai perusahaan yang baik akan bisa menjadi sinyal positif sedangkan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif terhadap investor. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari. Ketika pasar lebih banyak mendapatkan sinyal positif, maka semakin banyak juga investor yang akan memiliki keinginan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, mengapa suatu perusahaan perlu memberikan sinyal-sinyal positif terhadap pasar.

2.1.2 Profitabilitas

Kasmir (2019:198) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Laba maksimal yang diperoleh seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, dan tentunya investor.

Menurut Yanti dan Darmayanti (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimumkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Sehingga tujuan tersebut merupakan penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya.

Seorang investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Rasio

profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Assets*). ROA (*Return On Assets*) merupakan rasio yang menilai tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset atau sumber daya perusahaan. ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi, (Yanti & Darmayanti, 2019).

2.1.3 Likuiditas

Fred Weston menyebutkan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Artinya, jika perusahaan ditagih perusahaan akan mampu memenuhi utang tersebut terutama hutang yang sudah jatuh tempo (Kasmir, 2019:129). Fungsi lain dari rasio likuiditas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Secara umum tujuan utama rasio likuiditas yang diungkapkan oleh Kasmir (2019:133) adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Apabila rasio likuiditas meningkat, maka ini berarti bahwa perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen perusahaan untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio likuiditas, maka semakin baik reputasi perusahaan, dan akan membuat harga saham meningkat sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan saham.

Menurut Kasmir (2019:134) mengungkapkan bahwa *current ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dalam rasio ini menunjukkan seberapa banyak aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar atau *current ratio* juga dapat diartikan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Semakin besar *current ratio* menunjukkan semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dimana hal ini membuat keyakinan minat investor untuk melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut semakin tinggi yang mana dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2.1.4 Leverage

Kasmir (2019:153) mengungkapkan bahwa *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Sederhananya rasio ini menunjukkan besarnya nilai aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai dengan utang. Semakin tinggi nilai *leverage* maka risiko yang akan dihadapi investor akan semakin tinggi. *Leverage* merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan, dan pada saatnya nanti harus dikembalikan. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali utangnya. Dimana

penggunaan utang tersebut sebenarnya dapat memberikan respon negatif bagi pihak luar.

Leverage merupakan salah satu bagian dalam pendanaan perusahaan yang berbentuk utang yang digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek perusahaan. *Leverage* suatu perusahaan yang semakin tinggi dapat menyebabkan semakin besar risiko kerugian yang ditanggung perusahaan yang dimana hal ini akan memberikan sinyal negatif terhadap pasar. *Leverage* diukur menggunakan satuan persentase dengan membandingkan antara total hutang dengan total ekuitas. Menurut Kasmir (2019:159), menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan atau fungsinya untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang.

2.1.5 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham dalam perusahaan (Sartono, 2010:487). Kepemilikan manajerial merupakan manajer sekaligus pemegang saham perusahaan dan secara aktif ikut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan (Direksi dan Komisaris). Dalam hal ini kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, dimana sebagai seorang manajer sekaligus sebagai pemegang saham. Sehingga mereka tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan dirinya baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham.

Terkadang manajer dalam menjalankan operasi perusahaan seringkali bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, melainkan justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri. Secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Adanya kepemilikan manajerial dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajerial, maka manajerial akan lebih bekerja secara proaktif dalam mewujudkan kepentingan pemegang saham dan akan meningkatkan kepercayaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala besar kecil perusahaan dilihat dari rasio nominalnya seperti total aset dan keseluruhan penjualan perusahaan dalam satu rentang waktu penjualan ataupun kapitalisasi pasar. Menurut Brigham dan Houston (2011:4) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai dengan total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Penelitian (Anugerah & Suryanawa, 2019) menyatakan bahwa semakin besar total aktiva suatu perusahaan, maka semakin besar pula modal yang ditanam. Begitu juga jika semakin banyak penjualan maka semakin banyak pula perputaran uang dalam perusahaan tersebut, serta semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin dikenal suatu perusahaan dalam masyarakat. Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar maka menunjukkan bahwa suatu perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaannya. Pada tahap kedewasaan

tersebut arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam kurun waktu yang relatif lama.

Menurut Riyanto (2013:313) ukuran perusahaan menunjukkan beberapa *asset* atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan ini diukur dengan menghitung total *asset* yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif hal tersebut dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Pada umumnya perusahaan yang memiliki *size* yang cukup besar, maka perusahaan tersebut cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan oleh kreditur dalam mendapatkan sumber dana baik dari internal maupun eksternal perusahaan yang mampu digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan Pramana dan Mustanda (2016) dalam Anugerah dan Suryanawa (2019).

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi suatu perusahaan dalam pencapaian selama beroperasi. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, sebaliknya semakin rendah harga saham semakin rendah pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan sebagai harga saham pada pasar saham akan bersedia dibayarkan oleh para investor bertujuan untuk memiliki sebuah perusahaan. Selain dari harga saham, nilai perusahaan ini juga dapat dilihat dari perkembangan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan tersebut terlampir pada laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan setiap periode sebagai informasi keuangan suatu perusahaan

digunakan untuk dapat dianalisa oleh para investor menilai kondisi perusahaan berdasarkan rasio-rasio keuangan serta dijadikan dasar-dasar pertimbangan dalam melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut.

Harga saham yang lebih tinggi akan membuat nilai saham perusahaan meningkat. Jika nilai perusahaan tinggi maka menggambarkan tinggi pula kemakmuran pemegang sahamnya. Hal ini didasarkan atas pemikiran bahwa peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, dan peningkatan harga saham identik dengan peningkatan nilai perusahaan. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. Peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio keuangan salah satunya *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) merupakan nilai buku per saham dapat dihitung dengan membandingkan total ekuitas saham biasa dengan jumlah saham beredar, dengan membagi hanya per lembar saham dengan nilai buku yang diperoleh. Sehingga dapat diketahui apakah tingkat harga saham *overvalued* atau *undervalued* dari *book value* (nilai buku). Nilai PBV yang rendah dicerminkan dengan harga saham yang *undervalued* dimana hal ini mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten. Harga saham yang *overvalued* mencerminkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Oktaviarni, dkk. (2019) meneliti tentang 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). Teknik analisis yang

digunakan yaitu analisis regresi berganda, dengan hasil penelitian 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 total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dewi dan Abundanti (2019) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Property dan Real Estate yang terdaftar pada BEI periode 2014 – 2017. Teknik analisis yang digunakan regresi linear berganda. Memperoleh hasil bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Sembiring dan Trisnawati (2019) meneliti tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2016. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan metode regresi berganda. Memperoleh hasil bahwa struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yanti dan Darmayanti (2019) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Makanan Dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dewantari, dkk. (2019) meneliti tentang pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Astika, dkk. (2019) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil bahwa Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Akbar dan Fahmi (2020) meneliti tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 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.

Tandanu dan Suryadi (2020) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2018. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi variabel nilai perusahaan, likuiditas tidak memiliki pengaruh dengan variabel nilai perusahaan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nugraha dan Alfarisi (2020) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 – 2018. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, model regresi data panel (pooled data) dan menggunakan metode estimasi model regresi data panel, yakni berupa *Common Effect Model* atau *Pooled Least Square* (PLS), *Fixed Effects Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Memperoleh hasil 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.

Ndruru, dkk. (2020) meneliti tentang pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2017. Teknik analisis data yang digunakan regresi linear berganda. Memperoleh hasil bahwa secara simultan nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas, nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *leverage*, dan nilai perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh likuiditas. Secara parsial, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ambarwati dan Vitaningrum (2021) meneliti tentang pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terlisting di BEI 2015-2019. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

Komala, dkk. (2019) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis dan analisis linear berganda. Memperoleh hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Yuniastri, dkk. (2019) meneliti tentang 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. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Memperoleh hasil profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Saputri dan Giovanni (2021) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 hingga tahun 2018. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dewi, dkk. (2022) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan Sedangkan pertumbuhan perusahaan dan Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Wati, dkk. (2022) meneliti tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. Variabel bebas yang digunakan *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, umur perusahaan, *dividend payout ratio*. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *dividend payout ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Suastika, dkk. (2022) meneliti tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan keputusan investasi, profitabilitas, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil keputusan investasi dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan keputusan pendanaan, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviarni, dkk. (2019), Dewi dan Abundanti (2019), Sembiring dan Trisnawati (2019), Yanti dan Darmayanti (2019), Dewantari, dkk. (2019), Astika, dkk. (2019), Akbar dan Fahmi (2020), Tandanu dan Suryadi (2020), Nugraha dan Alfarisi (2020), Ndruru,

dkk. (2020), Ambarwati dan Vitaningrum (2021), Komala, dkk. (2019), Yuniastri, dkk. (2019), Saputri dan Giovanni (2021), Dewi, dkk. (2022), Wati, dkk. (2022) dan Suastika, dkk. (2022) yaitu sama-sama melakukan penelitian terhadap variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada lokasi penelitiannya, dimana dalam penelitian ini dilakukan di perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

