

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk nama baik yang diperoleh perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam periode tertentu. Tujuan perusahaan berusaha mendapatkan profit yang maksimal sehingga nilai perusahaan direfleksikan dengan harga sahamnya dipasar modal akan meningkat. Nilai perusahaan digunakan sebagai alat yang berguna untuk mempengaruhi perspektif para investor terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi perhatian banyak pihak karena memberikan pandangan atau gambaran kondisi perusahaan yang sebenarnya. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual (Putri dan Diantini, 2022).

Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka perusahaan akan memiliki citra yang semakin baik. Tingginya nilai perusahaan dan citra yang baik akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi pasar juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Fenomena yang pernah terjadi yaitu industri perkebunan menghadapi tantangan yang cukup berat akibat penurunan harga komoditas minyak sawit mentah dan merebaknya wabah virus Covid-19. Tak hanya menggerus laba bersih, pendapatan

emiten perkebunan juga anjlok pada periode 2020. Hal ini terangkum dari kinerja emiten perkebunan yang sahamnya tercatat di BEI. PT. Eagle Plantations Tbk (BWPT) misalnya, mencatatkan kerugian bersih yang didistribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp. 143,12 miliar, turun 77,53% dari periode yang sama tahun sebelumnya rugi Rp. 254,09 miliar. Kinerja kurang menggembirakan juga terlansir dari emiten perkebunan milik Grup Sampoerna, PT Sampoerna Agro Tbk (SGRO) yang mencatatkan penurunan laba bersih hingga 88,19% menjadi Rp. 423 juta dari periode yang sama tahun sebelumnya Rp. 3,58 miliar. Sementara itu, emiten sawit Grup Astra, PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) masih mencatatkan kinerja operasional dan finansial cukup positif. Laba bersih AALI meningkat 892% menjadi Rp. 371,06 miliar dibandingkan periode yang sama tahun 2019. Pada periode yang sama, pendapatan bersih Astra Agro naik 13,3% dari Rp. 4,23 triliun menjadi Rp. 4,80 triliun (Hadiwardoyo, 2020).

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Sedangkan, rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek-efek dari likuiditas, manajemen aset, dan hutang atas hasil operasi (Brigham dan Houston, 2018:139).

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien

dalam memperoleh laba setiap periodenya. Perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi secara tidak langsung akan memberikan sinyal positif kepada investor karena perusahaan tersebut dipandang dapat memberikan pengembalian atas investasinya dengan nilai yang tinggi pula serta mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Leverage adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang (Arsita, 2020). Perusahaan dapat menggunakan hutang untuk memperoleh modal tambahan guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Penggunaan hutang akan menurunkan nilai perusahaan jika perusahaan memperoleh pendapatan atas aset lebih banyak daripada tingkat bunga yang dibayarkan untuk hutang. Namun, hutang membuat perusahaan lebih berisiko dibandingkan jika perusahaan dibiayai hanya dengan modal sendiri.

Penggunaan hutang yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan berisiko besar, sedangkan penggunaan hutang yang rendah akan menunjukkan investasi yang dilakukan berisiko kecil. Namun, manajer dapat menggunakan hutang sebagai sinyal yang lebih terpercaya (*credible*) bagi para investor, karena perusahaan yang menurunkan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga, penggunaan hutang merupakan tanda atau sinyal negatif (Purba dan Mahendra, 2022).

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka, akan semakin mudah

pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung menarik minat investor untuk menanamkan modalnya karena perusahaan dipandang lebih stabil daripada perusahaan yang berskala kecil. Sehingga ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar nilai total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin besar total aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal dalam masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019), Asian (2020), serta Mahayati *et al.* (2021), hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Komala *et al.* (2021) dan Melina & Husna (2022), hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti – peneliti sebelumnya. Diantaranya, penelitian yang

dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019), hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Anugerah dan Suryanawa (2019) dan Himawan (2020), hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Dewi dan Abundanti (2019), Pasraibu *et al.* (2019), yang hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Welas (2019), Muharramah dan Hakim (2021), hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar ukuran perusahaan dari sebuah perusahaan maka, semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut. Namun tidak sejalan dengan penelitian Irawan & Kusuma (2019) dan Oktaviani dan Hadi (2019) hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.1
Perkembangan Rata-rata
Nilai *Price Book Value* Pada Perusahaan Perkebunan yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Nama Perusahaan		
			2019	2020	2021
1	AALI	PT Astra Agro Lestari Tbk	1,51	1,23	0,86
2	BISI	PT BISI International Tbk	1,36	1,26	1,09
3	CSRA	PT Cisadane Sawit Raya Tbk	0,13	0,13	0,13
4	DSNG	PT Dharma Satya Nusantara Tbk	0,12	0,10	0,07
5	FISH	PT FKS Multi Agro Tbk	0,20	0,12	0,31
6	LSIP	PT Perusahaan London Sumatra Indonesia Tbk	0,12	0,10	0,08
7	PALM	PT Provident Agro Tbk	10,33	9,54	16,49
8	SMAR	PT Sinar Mas Argo Resources and Technology Tbk	0,22	0,19	0,17
9	SSMS	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk	0,09	1,09	1,80
10	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk	0,12	0,11	0,08
		Rata-rata	1,42	1,39	2,11
		Perkembangan		-0,03	0,72

Sumber : idx.co.id 2023 (data diolah kembali)

Dari data table 1.1 di atas dapat dilihat bahwa *Price Book Value* (PBV) setiap perusahaan perkebunan dari tahun 2019-2021 sangat bervariasi. Data diatas menunjukkan mengalami fluktuasi dengan rata-rata PBV perusahaan perkebunan mengalami penurunan dari tahun 2019-2020 sebesar 1,42 menjadi 1,39 yang mengalami nilai perkembangan sebesar -0,03 dan mengalami peningkatan pada tahun 2020-2021 sebesar 2,11 dengan nilai perkembangan sebesar 0,72. Hal ini disebabkan perusahaan perkebunan kurang mendapat perhatian dari investor yang mengakibatkan *price to book* emiten perusahaan perkebunan kurang *liquid* dan hanya bergerak aktif disaat tertentu saja.

Berdasarkan penjelasan di atas dan penelitian terdahulu yang memberikan hasil berbeda-beda, maka penulis tertarik untuk melakukan pengujian kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Penelitian ini mengambil obyek penelitian sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2021. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perkebunan karena sektor perkebunan merupakan salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang karena perkebunan merupakan salah satu sektor yang mempunyai peran yang cukup besar dalam berkontribusi terhadap pendapatan negara serta melihat dari kegiatan sehari-hari masyarakat tidak terlepas dari hasil perkebunan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada bagian latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka penulis mengambil rumusan masalah yang dapat dirumuskan dari penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
- 2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
- 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

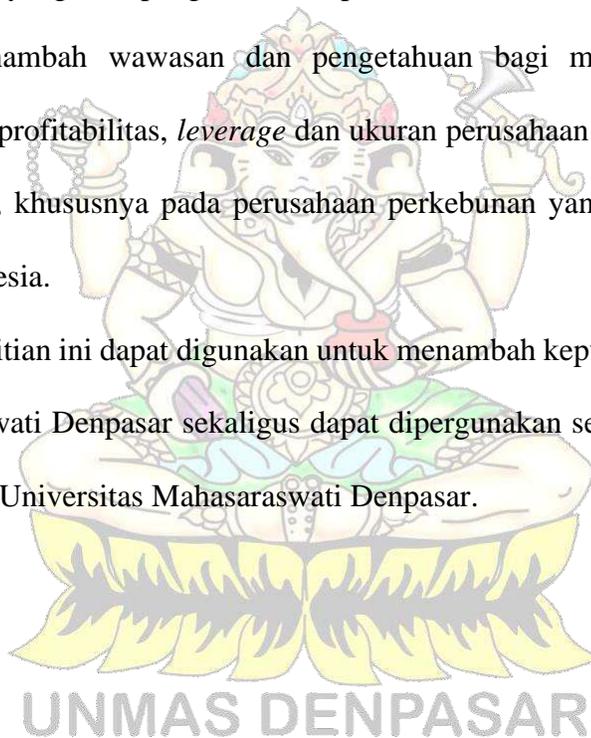
Manfaat teoritis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan referensi tambahan dan memberikan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Sebagai bahan kajian lanjut tentang masalah yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran kepada investor dan calon investor tentang keadaan saham perusahaan publik terutama pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan khususnya mengenai perusahaan perkebunan yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa mengenai bagaimana profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kepustakaan Universitas Mahasaraswati Denpasar sekaligus dapat dipergunakan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signaling Theory* (teori sinyal)

Signaling theory atau teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spance (1973) dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*, yang mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Signaling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa

informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. *Signaling theory* merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang (Muliati *et al.*, 2022).

Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi dikarenakan terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan dianggap mengetahui lebih banyak informasi daripada pihak luar (investor dan kreditor) mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga saham yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri tersebut. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar berupa informasi laporan keuangan yang positif dan dapat dipercaya.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. 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 ditangkap sebagai sinyal baik atau positif bagi investor, maka diharapkan terjadi perubahan dalam volume perdagangan yang akan meningkatkan harga saham.

Secara garis besar *signaling theory* erat kaitanya dengan ketersediaan informasi. Salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan perusahaan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi mengenai laporan keuangan dan informasi non-akuntansi. Contoh informasi mengenai laporan keuangan yaitu rasio profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, investor akan merespon positif sinyal tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang kurang baik, investor akan merespon sinyal negatif tersebut sehingga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, investor akan merespon sinyal positif tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam suatu periode tertentu, serta menjadi alat ukur efektivitas operasional keseluruhan perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Palupi dan Hendiarto, 2018).

Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain

mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal (Herawati, 2019). Apabila profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tinggi berarti perusahaan berhasil memperoleh laba yang baik dan berdampak terhadap perusahaan, sehingga menarik investor untuk menanamkan sahamnya terhadap perusahaan.

Penelitian ini menggunakan *Return on Equity* (ROE) sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas. *Return on Equity* (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menitikberatkan pada bagaimana efisiensi operasi perusahaan ditranslasi menjadi keuntungan bagi para pemilik perusahaan. Secara sistematis ROE (*Return on Equity*) dapat dirumuskan :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Rasio *Return On Equity* (ROE) ini jika semakin tinggi maka akan menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan bersih sebagai pengembalian atas investasi pemegang saham biasa.

2.1.3 *Leverage*

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang (Rudikson, 2018). *Leverage* merupakan pendanaan menggunakan hutang jangka panjang. *Leverage* mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* yang tinggi dapat menyebabkan hutang perusahaan yang tinggi, sehingga perusahaan

dituntut harus mampu dalam mengelola hutangnya dengan baik. Perusahaan yang mampu mengelola hutangnya dengan baik secara tidak langsung dapat menarik para investor. Hal tersebut dapat meningkatkan harga pasar saham, apabila harga saham naik maka nilai perusahaan pun akan naik.

Dalam penelitian ini *leverage* dihitung menggunakan rasio DER (*Debt to Equity*), rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari hutang untuk membiayai aktiva perusahaan. Rasio ini dapat mengukur seberapa besar perusahaan memiliki pinjaman terhadap kreditur, dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \dots\dots\dots(2)$$

Debt to Equity Ratio (DER) ini dapat menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan yang menggambarkan risiko struktur modal, dimana semakin tinggi rasio DER perusahaan maka, semakin tinggi risikonya karena pendanaan dari unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri (*equity*).

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi (Muzayin dan Trisnawati, 2022). Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah. Besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total penjualan, rata rata tingkat penjualan, *log size*, nilai pasar saham, dan total aktiva.

Menurut Sintyana & Artini (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva

atau total penjualan bersih. Dalam hal ukuran perusahaan yang dilihat dari *total asset* perusahaan, yang digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Apabila perusahaan memiliki total asset yang besar maka pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset perusahaan. Kebebasan ini sebanding dengan kekhawatiran pemilik terhadap asetnya. Asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimiliki manajemen dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan mentransformasikan total asset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural, karena ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Asset* bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan, dengan dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan (TA)} = \text{Ln} (\text{Total Asset}) \dots\dots\dots(3)$$

Jumlah asset yang bernilai ratusan miliar bahkan triliun dapat disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari jumlah asset yang sesungguhnya dengan menggunakan (*logaritma natural total asset*) juga berfungsi untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi dengan normal.

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Tujuan lain dari pendirian suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan itu sendiri yang dapat

dicerminkan oleh harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, sehingga akan menarik para pemegang saham untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen asset.

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu hal yang diharapkan oleh pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik saham juga akan meningkat. Hal tersebut dapat dicapai apabila antara manajemen perusahaan dengan pihak – pihak lain seperti *shareholder* ataupun *stakeholder* terjalin kerjasama yang baik. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang baik apabila memiliki kinerja yang baik.

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio penilaian perusahaan dengan *price book value*. *Price book value* (PBV) dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham yang dapat dirumuskan dengan :

$$Price\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ per\ Lembar\ saham} \dots\dots\dots(4)$$

Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para

pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan.

Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai nilai pasar yaitu nilai setiap aktiva atau kumpulan aktiva pada saat diperdagangkan dalam pasar yang terorganisasi. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Amaliyah dan Herwiyanti, 2020).

Secara umum ada dua faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu sebagai berikut (Humairoh, 2018):

1. Faktor internal perusahaan yaitu faktor yang berada di dalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan misalnya pemasaran, produksi, maupun pengumuman pendanaan yang berhubungan dengan *ekuitas* maupun hutang. Suatu perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik maka akan menarik investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dengan cara membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jumlah permintaan saham meningkat sedangkan jumlah penawaran tetap akan menyebabkan harga pasar saham meningkat.
2. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada di luar perusahaan yang tidak bisa dikendalikan oleh manajemen perusahaan yaitu :
 - a. Kondisi ekonomi suatu negara yang kurang baik akan berdampak pada menurunnya investasi. Kondisi ekonomi akan mempengaruhi daya beli

masyarakat khususnya investor selanjutnya akan mempengaruhi perusahaan yang dapat menyebabkan harga pasar menurun, tetapi jika kondisi ekonomi suatu negara dalam keadaan baik maka investor lebih tertarik menanamkan modalnya dalam bentuk saham daripada ditabungkan karena lebih menguntungkan.

- b. Tingkat suku bunga suatu negara tingkat suku bunganya tinggi investor lebih suka menabung, karena dengan menabung mereka tidak akan menanggung resiko yang besar.
- c. Tingkat inflasi merupakan kecenderungan dari harga untuk naik secara umum dan terus-menerus. Inflasi dapat mengakibatkan kerugian bagi pemegang uang dalam bentuk tunai. Jika inflasi meningkat harga saham juga akan meningkat. Karena masyarakat lebih suka memegang saham daripada uang tunai.
- d. Faktor psikologi hal ini dapat terjadi bila harga pasar saham turun maka investor akan menjual saham karena terbentur kebutuhan dana yang mendesak atau karena takut untuk mengalami kerugian yang semakin besar. Bila hal ini terjadi dan dilakukan banyak orang atau pemegang saham maka akan menurunkan harga saham.
- e. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi yakni kebijakan pemerintah yang bersifat umum dan kebijakan ekonomi secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh pada harga saham.

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Sukarya dan Baskara (2019) tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan Asian (2020) tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan “Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan Mahayati *et al.* (2021) tentang Pengaruh *Return on Equity* (ROE) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Price Book Value* (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return on Equity* (ROE)

dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Price to Book Value* (PBV), *Return on Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap *Price Book Value* (PBV) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Price Book Value* (PBV).

4. Penelitian yang dilakukan Komala *et al.* (2021) tentang Pengaruh *Likuiditas*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian yang dilakukan Melina dan Husna (2022) tentang pengaruh *Financial Distress*, Profitabilitas, *Leverage*, terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Distress* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Anugerah & Suryanawa (2019) tentang Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh

positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Penelitian yang dilakukan Himawan (2020) tentang Pengaruh Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang *Go Publik* di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan Dewi & Abundanti (2019) tentang Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi (Pada Perusahaan Industri Barang Konsumen di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Pasaribu *et al.* (2019) tentang pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai perusahaan subsektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal DER, ROE, dan asset growth berpengaruh positif terhadap PBV. Faktor eksternal inflasi berpengaruh positif terhadap PBV, sedangkan kurs

berpengaruh negatif terhadap PBV, dan PDB tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

1. Penelitian yang dilakukan Utami dan Welas (2019) tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan Muharramah dan Hakim (2021) tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property sektor Property, Real estate, dan Konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan Irawan & Kusuma (2019) tentang Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan Oktaviani dan Hadi (2019) tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh negatif signifikan

terhadap PBV dan Struktur Modal berpengaruh positif terhadap PBV.

Berdasarkan penelitian diatas maka penelitian ini memiliki kesamaan yaitu penelitian yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan terdapat juga perbedaan yang signifikan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Pertama, pada penelitian populasi dan sampel yang digunakan adalah sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Kedua, penelitian ini menggunakan variabel independen profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan.

