

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyaknya perusahaan yang berkembang di segala bidang usaha mengakibatkan persaingan di dunia bisnis menjadi semakin kuat. Dengan adanya persaingan tersebut setiap perusahaan akan termotivasi dan berlomba-lomba untuk mengoptimalkan kinerjanya agar mampu mencapai tujuan perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston, 2013).

Bagi perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaan tercermin dalam harga sahamnya, harga saham yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya, serta dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Investor yang berinvestasi dana mereka di pasar modal tidak hanya memiliki tujuan jangka pendek, tetapi juga memperoleh pendapatan jangka panjang. Investor harus memanfaatkan semua informasi untuk menganalisis pasar dan berinvestasi dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan.

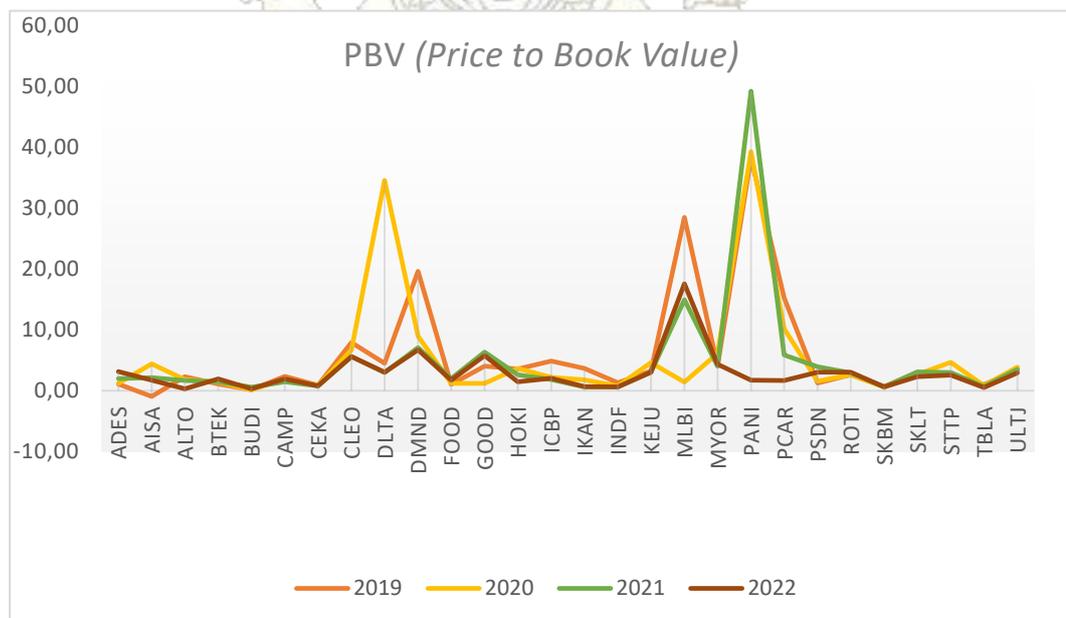
Satuan tolak ukur yang banyak digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah rasio *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini merupakan perbandingan antara nilai pasar suatu saham terhadap nilai buku per lembar saham. Dinyatakan bahwa PBV yang tinggi merupakan indikasi tingginya nilai perusahaan tersebut (Horne dan Wachchowicz, 2005). Brigham (2011) menjelaskan bahwa salah satu indikasi perusahaan yang bernilai tinggi adalah perusahaan yang memiliki nilai saham tinggi. Hal ini sejalan dengan asumsi bahwa tujuan perusahaan adalah ingin meningkatkan nilai perusahaan sebagai bagian untuk meningkatkan kemakmuran pemilik dan investor atau pemegang saham.

Salah satu sektor di BEI yaitu Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makan siap saji ini menyebabkan banyak perusahaan-perusahaan baru di bidang makanan dan minuman, karena mereka menganggap sektor industri makanan dan minuman memiliki prospek yang menguntungkan baik dimasa sekarang maupun yang akan datang (Rachman, 2016).

Penelitian ini mengambil sektor makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia untuk diteliti. Perusahaan makanan dan minuman ini sifatnya *non siklikal* yang artinya bahwa sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian secara inflasi dengan kata lain, kelancaran produk industri makanan dan minuman akan tetap terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia. Hal ini disebabkan karena

kebutuhan akan makanan dan minuman yang tidak akan berhenti dalam kondisi apapun, melihat kondisi ini maka akan banyak perusahaan-perusahaan masuk ke sektor tersebut, dan persaingan tidak dapat dihindarkan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengatur dan mengelola keuangan dengan baik dan dapat memberikan kepercayaan kepada para investor agar para investor tetap melakukan investasi. Prospek yang cukup bagus pada sektor makanan dan minuman cenderung diminati oleh para investor untuk menanamkan modalnya.

Gambar 1.1
Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022



Sumber: Data diolah 2023

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022

No	Kode	PBV (<i>Price to Book Value</i>)			
		2019	2020	2021	2022
1.	ADES	1,09	1,23	2,00	3,17
2.	AISA	-0,94	4,38	2,14	1,71
3.	ALTO	2,29	1,81	1,69	0,31
4.	BTEK	1,08	1,39	1,48	1,92
5.	BUDI	0,15	0,15	0,58	0,32
6.	CAMP	2,35	1,85	1,49	1,91
7.	CEKA	0,88	0,84	0,81	0,76
8.	CLEO	7,91	6,71	5,63	5,62
9.	DLTA	4,49	34,54	2,96	3,06
10.	DMND	19,61	8,95	7,05	6,70
11.	FOOD	1,04	1,19	1,98	1,73
12.	GOOD	4,03	1,19	6,37	5,78
13.	HOKI	3,54	3,67	2,60	1,49
14.	ICBP	4,88	2,22	1,85	2,03
15.	IKAN	3,65	1,77	0,61	0,68
16.	INDF	1,28	0,76	0,64	0,63
17.	KEJU	3,24	4,61	3,03	3,05
18.	MLBI	28,50	1,43	14,95	17,57
19.	MYOR	4,07	6,11	4,02	4,36
20.	PANI	38,26	39,27	49,22	1,74
21.	PCAR	15,24	10,17	5,85	1,66
22.	PSDN	1,25	1,56	3,95	3,06
23.	ROTI	2,60	2,61	2,93	3,05
24.	SKBM	0,68	0,58	0,63	0,61
25.	SKLT	2,92	2,66	3,09	2,28
26.	STTP	2,74	4,66	3,00	2,55
27.	TBLA	0,99	0,85	0,65	0,54
28.	ULTJ	3,43	3,87	3,53	2,93

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa nilai perusahaan yang dikaitkan dengan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019-2022, menunjukkan bahwa fenomena nilai

perusahaan mengalami fluktuasi, dari 28 perusahaan makanan dan minuman pada tabel tersebut, terlihat bahwa nilai perusahaan Delta Djakarta Tbk. (DLTA) mengalami kenaikan secara drastis pada tahun 2020 sebesar 34,54 dari tahun 2019 yakni hanya sebesar 4,49 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2021 sebesar 2,96 dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 3,06. Selain itu, perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) mengalami penurunan nilai perusahaan secara drastis pada tahun 2020 sebesar 1,43 yang awalnya pada tahun 2019 nilai perusahaan sebesar 28,50 dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2021 sebesar 14,95 dan pada tahun 2022 sebesar 17,57. Peningkatan nilai perusahaan secara berturut-turut terjadi pada perusahaan Nippon Indosari Corpindo Tbk.c(ROTI) dimana pada tahun 2019 nilai perusahaan sebesar 2,60 kemudian pada 2021 meningkat menjadi 2,61 kemudian pada 2021 mengalami peningkatan lagi sebesar 2,93 dan pada 2022 mengalami peningkatan sebesar 3,05.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Menurut Kasmir (2012:76), profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan. Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah ROA (*Return on Assets*). 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.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2021), Lumoly *et al.* (2018), dan Barnades dan Suprihhadi (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ndruru *et al.* (2020), Murti dan Purwaningsih (2022), Anisa *et al.* (2022), Yanti dan Darmayanti (2019), dan Dwipa *et al.* (2020) membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada sisi lain, hal yang berbeda ditunjukkan oleh Ananda (2017), dan Tandanu dan Suryadi (2020) yaitu bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Herawan dan Dewi (2021) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Likuiditas berguna untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban atau utang pada saat ditagih atau jatuh tempo (Kasmir, 2016:145). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Likuiditas dapat diukur dengan menggunakan Current Ratio (CR), yang merupakan rasio antara aktiva lancar dibagi hutang lancar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Murti dan Purwaningsih (2022) mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal serupa juga diungkapkan oleh Yanti dan Darmayanti (2019), Dwipa *et al.* (2020) bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Herawan dan Dewi (2021) membuktikan bahwa likuiditas tidak

memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pada sisi lain hal yang berbeda diungkapkan oleh Ndruru *et al.* (2020), Barnades dan Suprihhadi (2020) yang mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Tandanu dan Suryadi (2020) membuktikan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal serupa juga diungkapkan oleh Ambarwati (2021), Lumoly *et al.* (2018) bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Menurut Pramana dan Mustanda (2016) yang menyatakan bahwa apabila terjadi peningkatan kinerja suatu perusahaan maka mampu menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal yang berujung pada kenaikan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan proksi size (Total Asset).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019), Murti dan Purwaningsih (2022), dan Dwipa *et al.* (2020) bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan hubungan yang menunjukkan

gerakan positif. Tandanu dan Suryadi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Barnades dan Suprihhadi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada sisi lain, hal yang berbeda ditunjukkan oleh Anisa *et al.* (2022), dan Lumoly *et al.* (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Herawan dan Dewi (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, investor perlu memperhatikan nilai perusahaan pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Meningkatnya nilai investor adalah sebuah prestasi sesuai keinginan investor karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan investor juga akan meningkat. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022?

2. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau informasi mengenai variabel apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan mampu dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan oleh manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan, serta diharapkan dapat menjadi informasi bagi investor dalam mengambil keputusan investasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2016), teori sinyal merupakan suatu perilaku atau tindakan yang diambil perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan untuk masa mendatang. Teori sinyal merupakan suatu informasi mengenai apapun yang sudah dilakukan oleh manajemen dalam merealisasikan keinginan pemilik. Teori sinyal menjelaskan mengenai suatu perusahaan yang mempunyai dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal, dengan adanya dorongan tersebut teori sinyal menunjukkan terjadinya asimetri antara pihak manajemen dengan pihak eksternal untuk mengetahui lebih banyak mengenai profil perusahaan dan prospek pada masa mendatang. Oleh karena itu, hal penting yang akan mempengaruhi keputusan berinvestasi pihak eksternal yaitu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Teori sinyal dapat memberikan penjelasan kepada para investor yang akan berinvestasi mengenai bagaimana suatu perusahaan memberikan sinyal informasi sehingga jika terdapat sinyal yang memberikan informasi yang baik bagi investor maka nantinya terjadi perubahan pada volume harga saham perusahaan. Hubungan signaling theory dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi signal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi signal negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan

yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

2.1.2 Nilai Perusahaan

a) Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan yang digunakan sebagai pengukur keberhasilan suatu perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono dan Harjito 2010:34)

Menurut Agus Sartono (2012:9) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut: “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.” Menurut Irham Fahmi (2013:139): “Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham”.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai

perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbeliakan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.”.

b) Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011:7) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaksimalkan nilai perusahaan sam dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang sham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang,
- 2) Mempertimbangkan faktor risiko,
- 3) Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi,
- 4) Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

c) Konsep Nilai Perusahaan

Menurut Christawan dan Tarigan (2009:112) beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga di tulis jelas dalam surat saham kolektif.
- 2) Nilai pasar atau sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham.
- 3) Nilai intrinsik merupakan nilai yang mngacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- 4) Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- 5) Nilai likuiditas adalah nilai jual seluruh aset perusahaan yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian dari para pemegang saham. Nilai likuiditas bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuiditas.

d) Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. Sutrisno (2009:224), mendefinisikan rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para pemegang saham. Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Irham Fahmi (2013:138) adalah sebagai berikut:

1) *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba

Price Earning ratio (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang. *Price Earning Ratio* (PER) dapat diukur melalui:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Laba per Saham}}$$

2) *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) merupakan perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* dari suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya dapat mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio PBV investor juga dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book valuenya*.

Menurut Irham Fahmi (2013:83) *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut: “*Price Book Value* (PBV) merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya”. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dalam menentukan nilai perusahaan. Karena *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki *rasio price to book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.3 Profitabilitas

a) Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba (Kasmir, 2017:196). Kemampuan dapat juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006:107) profitabilitas adalah hasil dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Profitabilitas dapat ditetapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur tersebut adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam menganalisis kondisi keuangan, hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan.

Kegunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, terutama

laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam centang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2013:196).

b) Tujuan Penggunaan Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu (Kasmir, 2014: 84):

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

c) Metode Pengukuran Profitabilitas

Rasio profitabilitas yaitu mengukur keberhasilan manajemen sebagaimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi. Ada bermacam cara untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Net Profit Margin*

Profit margin adalah margin keuntungan yang ditentukan atas harga penjualan. Margin keuntungan menunjukkan besar kecilnya laba dibandingkan dengan harga penjualan. *Profit margin* menunjukkan laba per rupiah penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset (ROA) adalah perbandingan antara laba bersih dengan total aktiva yang tertanam dalam perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return on Equity (ROE)*

ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya, sehingga tingkat keuntungan dihitung dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. ROE yaitu rentabilitas modal sendiri atau yang disebut rentabilitas usaha. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. *Return on Sales (ROS)*

Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap penjualan yang juga disebut margin pendapatan. Berikut ini rumus untuk menghitung *return on sales (ROS)*:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}}$$

5. *Return on Capital Employed (ROCE)*

Return on Capital Employed (ROCE) mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi perusahaan. Berikut ini rumus untuk mencari ROCE:

$$ROCE = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Modal Kerja atau (Total Aset - Kewajiban)}}$$

6. *Return on Investment (ROI)*

Return on Investment (ROI) berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Rumus yang digunakan adalah:

$$ROI = \frac{\text{Laba Atas Investasi} - \text{Investasi Awal}}{\text{Investasi}}$$

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah return on asset (ROA). Semakin tinggi ROA maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan membuat profitabilitas perusahaan tinggi. Nilai ROA yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menghasilkan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun meningkat.

2.1.4 Likuiditas

a) Pengertian Likuiditas

Rasio likuiditas (liquidity ratio) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek.

Menurut Munawir (2010:31) menyatakan “Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban pada saat ditagih”.

Menurut Sartono (2012:116) mengatakan bahwa “Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya.” Menurut Riyanto (2008:26) mengatakan bahwa “likuiditas adalah berhubungan dengan masalah kemampuan usaha perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi”.

Dengan kata lain dapatlah dikatakan bahwa pengertian likuiditas dimaksudkan sebagai perbandingan antara jumlah uang tunai dan aktiva lain yang dapat disamakan dengan uang tunai dengan jumlah utang lancar (likuiditas badan usaha), juga dengan pengeluaran-pengeluaran untuk menyelenggarakan perusahaan (likuiditas perusahaan).

b) Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas ini cukup memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan untuk menilai kinerja perusahaannya. Ada pihak luar perusahaan juga memiliki kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan, misalnya dari pihak perbankan atau juga distributor maupun supplier. Oleh karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan.

Selain dari kegunaan rasio likuiditas, tujuan dan manfaat rasio ini juga diperlukan, Menurut Kasmir (2012:132) tujuan dan manfaat rasio likuiditas adalah:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dan utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan dan piutang.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
7. Bagi pihak luar perusahaan, rasio likuiditas bermanfaat untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban kepada pihak ketiga.

c) Metode Pengukuran Likuiditas

Dalam rasio likuiditas dapat diukur dengan melakukan perhitungan terhadap rasio lancar, rasio cepat dan perputaran rasio kas. Menurut Sudana (2011: 21) rasio likuiditas ini untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur dengan cara, yaitu:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio likuiditas yang utama adalah rasio lancar (*current ratio*) yang dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Aset lancar meliputi

kas, efek yang dapat diperdagangkan, piutang usaha, dan persediaan. Jika suatu perusahaan mengalami kesulitan keuangan, perusahaan mulai lambat membayar tagihan (utang usaha), tagihan bank, dan kewajiban lainnya yang akan meningkatkan kewajiban lancar. Jika kewajiban lancar naik lebih cepat daripada aset lancar, rasio lancar akan turun, dan ini merupakan pertanda adanya masalah. Untuk menghitung rasio lancar bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Perhitungan rasio ini dapat diukur dari kas ditambah bank dibandingkan dengan utang lancar. Kasmir (2012:138) menyatakan bahwa “Rasio Kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang”. Untuk menghitung rasio kas bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{(\text{Kas} + \text{Surat Berharga})}{\text{Utang Lancar}}$$

3. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Menurut Sudana (2011:21) mengatakan bahwa “*Quick ratio* merupakan ukuran yang lebih akurat dibandingkan *current ratio* tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan. Untuk menghitung rasio cepat bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{(\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Menurut Lumoly *et al.* (2018) ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan, dimana semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Di sisi lain, perusahaan berukuran kecil walau memiliki saham yang tidak tersebar dengan begitu luar, control dari pusat akan lebih kuat dan tidak mudah terombang-ambing.

Menurut Brigham dan Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Hartono, 2008:14).

Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu adalah upaya penelitian untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, telah beberapa kali dilakukan. Berikut ini merupakan beberapa di antaranya:

1. Ananda Nova Adhitya (2017) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Ndruru, Silaban, Sihalo, Manurung, dan Sipahutar (2020) dengan judul “Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2017”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Anisa, Hermuningsih, dan Maulida (2022) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Kebijakan Deviden, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Ambarwati (2021) dengan judul “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Yanti dan Darmayanti (2019) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada

Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

6. Lumoly, Murni, dan Untu (2018) dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Herawan dan Dewi (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
8. Barnades dan Suprihhadi (2020) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
9. Murti dan Purwaningsih (2022) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

10. Dwipa, Kepramareni, dan Yuliasuti (2020) dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil Penelitian menunjukkan likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11. Tandanu dan Suryadi (2020) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

