

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman saat ini, dunia industri di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Banyak perusahaan-perusahaan yang mengalami kerugian dan terpaksa gulung tikar karena tidak mampu mengelola keuangannya dengan baik. Karena adanya persaingan yang semakin ketat maka perusahaan dituntut untuk mengelola keuangannya secara efektif dan efisien agar dapat menempatkan dirinya dalam posisi yang stabil dan siap bersaing sehingga dapat bertahan dan berkembang dengan nilai perusahaan yang baik (Kasmir, 2019). Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham.

Nilai perusahaan menjadi peranan penting bagi perusahaan karena nilai perusahaan menjadi acuan utama investor dalam menerbitkan saham (Putra, 2019). Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Bagi investor peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan. Jika seorang investor sudah memiliki suatu pandangan yang baik terhadap perusahaan, maka investor tersebut akan tertarik untuk berinvestasi.

Tujuan yang harus dicapai oleh manajer keuangan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan (Kasmir, 2019:196). Pemilik perusahaan memiliki keinginan nilai perusahaan yang tinggi.

Sektor industri *Food and Beverage* merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap *Food and Beverage* pun terus meningkat. Namun terjadi masalah nilai perusahaan *Food and Beverage* seperti yang terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk yang mengalami penurunan nilai perusahaan selama tiga tahun terakhir dimana pada tahun 2021 nilai perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk sebesar 2,18 yang kemudian mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 1,70 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 menjadi 1,38. Hal yang sama juga dialami PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk dimana nilai perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada tahun 2021 adalah 0,81 yang selanjutnya mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 0,76 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 menjadi 0,67. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan *Food and Beverage* masih belum stabil dan perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility* (CSR). Kotler dan Lee (2019) menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) perlu untuk dilakukan, jika tidak maka dapat berakibat tidak baik pada perusahaan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan hal yang perlu, namun bukan kewajiban. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu tuntunan kepatuhan dan kebijakan yang disusun

secara sistematis dan dibuktikan dengan tindakan nyata dari perusahaan. Perusahaan akan mempertanggungjawabkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan demi terciptanya tatanan kehidupan yang baik berdasarkan dengan ketentuan hukum

Penelitian yang dilakukan Kesumastuti dan Aryista (2021), Novita (2022) dan Kesumastuti dan Aryista (2021) menemukan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *corporate social responsibility* (CSR) maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuvianita et. al (2022) yang menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perubahan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kebijakan dividen. Pembagian dividen akan membuat pemegang saham mempunyai tambahan pengembalian investasi selain dari *capital gain*. Bisa dibagikan secara tunai (*cash*) oleh perusahaan yang diberikan kepada para pemegang saham, maupun dibayarkan dalam bentuk dividen saham. Menurut Jumingan (2019:64), dividen adalah kompensasi yang diterima pemegang saham, disamping *capital gain*. Menurut Dividen ekstra biasanya diberikan oleh perusahaan yang menganut kebijakan dividen kecil yang teratur. Apabila manajemen meningkatkan porsi laba perlembar saham yang dibayarkan sebagai dividen, maka pihak manajemen dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Hal ini menyarankan bahwa keputusan

dividen yaitu jumlah dividen yang dibayarkan merupakan suatu hal yang sangat penting.

Penelitian yang dilakukan Oktaviarni et al (2019), Rachmawiya (2019) dan Waryudhiansyah (2021) menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi kebijakan dividen maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniastri dkk (2021) yang menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perubahan kebijakan dividen perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Selain itu pertumbuhan laba juga mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Harahap (2019:263) laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena sebagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya dimasa yang akan datang, dasar dalam perhitungan penilaian prestasi atau kinerja.

Penelitian yang dilakukan Baha (2021), Anggraini dkk (2022) dan Yunisa dkk (2024) menemukan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi pertumbuhan laba maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2022) yang menyatakan pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perubahan pertumbuhan laba perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah rasio *leverage*. Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan dalam pembelanjaan (Ari, 2019). Artinya Semakin tinggi nilai Rasio *leverage* maka semakin tinggi pula utang yang digunakan perusahaan untuk pembiayaan. Rasio *leverage* dapat digunakan oleh kreditur untuk mengukur resiko yang didapat ketika memberikan utang kepada debitur (Srikalimah, 2019). Semakin besar nilai *leverage* sebuah perusahaan maka kemungkinan perusahaan mengalami kebangkrutan semakin besar (Bernardin & Tifani, 2019). Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak utang pada pihak luar.

Penelitian Komala dkk (2021), Hastuti (2022) dan Anggita, (2022) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik *leverage* perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin rendah. Berlawanan dengan penelitian Saraswati (2019) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti meningkat atau menurunnya *leverage* perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas perusahaan. Profitabilitas adalah rasio yang sering disebut sebagai rasio rentabilitas ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk

menghasilkan laba selama periode tertentu (Kasmir, 2019:196). Profitabilitas bisa timbul atas keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk, keberhasilan pemasaran sama dengan halnya keberhasilan perusahaan dalam menjual produk-produknya. Atas penjualan tersebut, maka laba akan dicetak oleh perusahaan. Laba yang dicetak tersebut bisa digunakan untuk tujuan pelunasan usaha ataupun pembayaran deviden untuk para pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan Saraswati (2019), Anggraeni (2020), Komala dkk (2021) dan Yuvianita et. al (2022) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin baik. Profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan perusahaan melakukan operasional dengan efektif sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniastri dkk (2021) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perubahan profitabilitas perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Berdasarkan adanya fenomena yaitu fluktuasi nilai perusahaan Manufaktur dan adanya ketidakkonsistenan dari penelitian sebelumnya terkait pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan investasi terhadap nilai perusahaan maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Laba, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* Pada Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- 1) Apakah pengaruh *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia?
- 2) Apakah pengetahuan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia?
- 3) Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia?
- 4) Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia?
- 5) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok pembahasan dari penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility*, kebijakan dividen, pertumbuhan laba, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan wawasan yang lebih luas bagi mahasiswa serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk menelaah lebih lanjut mengenai *corporate social responsibility*, kebijakan dividen, pertumbuhan laba, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) yaitu hubungan antara 2 pihak yang pertama pemilik (*principal*) dan yang kedua manajemen (*agent*). Teori agensi menyatakan bahwa apabila terdapat pemisahan antara pemilik sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen yang menjalankan perusahaan maka akan muncul permasalahan agensi karena masing-masing pihak tersebut akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya (Astria, 2019). Akan tetapi dengan berkembangnya perusahaan yang semakin besar mengakibatkan sering terjadinya konflik antara pemilik dan manajemen dalam hal ini adalah pemegang saham (investor) dan pihak agent yang diwakili oleh manajemen (Kasmir, 2019). Agent dikontrak melalui tugas tertentu bagi prinsipal dan mempunyai tanggung jawab atas tugas yang diberikan oleh prinsipal. Prinsipal mempunyai kewajiban yaitu memberi imbalan kepada agen atas jasa yang telah diberikan oleh agen.

Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen (*agent*) dan prinsipal inilah yang dapat menimbulkan terjadinya konflik keagenan. Prinsipal dan agen sama-sama menginginkan keuntungan yang besar. Prinsipal dan agen juga sama-sama menghindari adanya risiko (Jogiyanto, 2019). Kepemilikan dan pengendalian yang terpisah dalam suatu perusahaan adalah salah satu faktor yang memicu timbulnya konflik kepentingan yang bisa disebut dengan konflik keagenan atau (*agency theory*) (Putra, 2019).

2.1.2 Teori Sinyaling

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Pemberian sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (*agent*), pemilik (*principal*), dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan (Putra, 2019). Informasi yang diterima oleh investor lebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal baik atau sinyal yang buruk. Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan telah beroperasi dengan baik. Sinyal baik akan direspon dengan baik pula oleh pihak luar.

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik itu gambaran masa lalu, saat ini, maupun keadaan masa yang akan datang, bagi kelangsungan suatu perusahaan (Astria, 2019). Teori sinyal mengemukakan 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. Sinyal juga dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Perhatian investor diarahkan pada kemampuan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan. Hubungan baik akan terus berlanjut, jika investor puas dengan kinerja manajemen, dan penerima sinyal juga menafsirkan sinyal perusahaan sebagai sinyal yang positif.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2019). Menurut Hery (2019:5) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu hal yang diharapkan oleh pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik saham juga akan meningkat.

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio penilaian perusahaan dengan *price book value*. *Price book value* dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* di atas 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. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price to Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Sumber : Jogiyanto (2019)

2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) adalah praktik bisnis baru yang mencerminkan gagasan dari perusahaan dalam memenuhi imperatif ekonomi dan konsekuensi sosial dari bisnis. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dimana organisasi bisnis mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan mereka pada semua kalangan yang berkepentingan serta lingkungan mereka (Wibowo, 2022).

Kotler dan Lee (2019) menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) perlu untuk dilakukan, jika tidak maka dapat berakibat tidak baik pada perusahaan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan hal yang perlu, namun bukan kewajiban. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu tuntunan kepatuhan dan kebijakan yang disusun secara sistematis dan dibuktikan dengan tindakan nyata dari perusahaan. Perusahaan akan mempertanggungjawabkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan demi terciptanya tatanan kehidupan yang baik berdasarkan dengan ketentuan hukum (Hambali & Huda, 2019).

Berdasarkan pendapat para ahli dan juga regulasi di atas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan yang wajib dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku akibat dari kegiatan operasional agar terciptanya kelangsungan hidup yang lebih baik.

$$CSR = \frac{CSR \text{ yang dilakukan perusahaan}}{\text{Jumlah Kewajiban CSR}} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Sumber : Kasmir (2019)

2.1.5 Kebijakan Dividen

Menurut Kasmir (2019:101), dividen yaitu aliran kas yang harus dibayarkan perusahaan kepada para pemegang saham setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham lewat Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dividen merupakan pengembalian yang akan diterima investor atas investasinya dalam perusahaan. Kebijakan dividen terkait dengan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi dimasa datang.

Pembagian dividen akan membuat pemegang saham mempunyai tambahan pengembalian investasi selain dari capital gain. Bisa dibagikan secara tunai (*cash*) oleh perusahaan yang diberikan kepada para pemegang saham, maupun dibayarkan dalam bentuk dividen saham. Menurut Jumingan (2019:64), dividen adalah kompensasi yang diterima pemegang saham, disamping capital gain. Menurut Brigham (2019:68) dividen adalah bagian dari laba bersih yang dibagikan kepada para pemegang saham. Dividen ekstra biasanya diberikan oleh perusahaan yang menganut kebijakan dividen kecil yang teratur.

Apabila manajemen meningkatkan porsi laba perlembar saham yang dibayarkan sebagai dividen, maka pihak manajemen dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Hal ini menyarankan bahwa keputusan dividen yaitu jumlah dividen yang dibayarkan suatu hal yang sangat penting.

$$\text{Dividen Yield} = \frac{\text{Laba Perlembar Saham}}{\text{Harga Saham}} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

Sumber : Kasmir (2019)

2.1.6 Pertumbuhan Laba

Laba didefinisikan dengan pandangan yang berbeda-beda. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Menurut Harahap (2019:263) laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena sebagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya dimasa yang akan datang, dasar dalam perhitungan penilaian prestasi atau kinerja. Peningkatan dan penurunan laba dapat dilihat dari pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba adalah peningkatan dan penurunan laba yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dengan mengetahui pertumbuhan laba, mereka dapat menentukan apakah terdapat peningkatan atau penurunan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan. Pertumbuhan laba yang disebabkan oleh perubahan komponen laporan keuangan misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok penjualan, perubahan beban operasi, perubahan beban bunga, perubahan pajak penghasilan, adanya perubahan pada pos-pos luar biasa, dan lain-lain. Berikut rumus kebijakan deviden yang digunakan:

$$PL = \frac{\text{Laba Periode Sekarang} - \text{Laba Periode sebelumnya}}{\text{Laba Periode Sebelumnya}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Sumber : Jogiyanto (2019)

2.1.7 Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan dalam pembelanjaan (Ari, 2019). Artinya Semakin tinggi nilai rasio *leverage* maka semakin tinggi pula utang yang digunakan perusahaan untuk pembiayaan. Rasio *leverage* dapat digunakan oleh kreditur untuk mengukur resiko yang didapat ketika memberikan utang kepada debitur (Srikalimah, 2019). Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak utang pada pihak luar.

Rasio *leverage* ini membandingkan keseluruhan beban hutang perusahaan terhadap ekuitasnya. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan seberapa banyak aset perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dibandingkan dengan aset yang dimiliki oleh kreditor. Rasio solvabilitas atau rasio *leverage* ini sangat membantu manajemen maupun investor untuk memahami bagaimana tingkat risiko struktur modal pada perusahaannya. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*liabilities*) dan membaginya dengan ekuitas (*Equity*) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas} \dots\dots\dots(5)$$

Sumber : Kasmir (2019)

2.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang sering disebut sebagai rasio rentabilitas ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Kasmir, 2019:196). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Topowijono, 2019). Profitabilitas bisa timbul atas keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk, keberhasilan pemasaran sama dengan halnya keberhasilan perusahaan dalam menjual produk-produknya. Atas penjualan tersebut, maka laba akan dicetak oleh perusahaan.

Laba yang dicetak tersebut bisa digunakan untuk tujuan pelunasan usaha ataupun pembayaran deviden untuk para pemegang saham. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Manajemen perusahaan dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Besarnya keuntungan harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal mendapatkan keuntungan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan keuangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya (Sudaryanti & Dinar, 2019).

Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \dots\dots\dots(6)$$

Sumber : Kasmir (209)

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian Saraswati (2019) Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan didapatkan 153 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dalam model regresi diketahui beberapa hal, sebagai berikut: variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Oktaviarni et al (2019) berjudul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014- 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, kebijakan dividend dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai, Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Rachmawiya (2019) dengan judul Pengaruh CSR, Leverage, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2017. Desain penelitian ini adalah studi asosiatif kausalitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage (DER) profitabilitas dan kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Penelitian Anggraeni (2020) Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi: Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019. Populasinya adalah 154 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling method* dan dihasilkan sampel sebanyak 39 perusahaan manufaktur. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Waryudhiansyah (2021) dengan judul Pengaruh Keputusan Dividen, Keputusan Utang, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (studi empiris pada perusahaan perbankan dalam BEI pada tahun 2017 –2020). Hasil analisa data menunjukan

bahwa keputusan investasi dan keputusan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Komala dkk (2021) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 58 perusahaan yang ditentukan dengan teknik *puspositive sampling*. Analisa data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan serta likuiditas dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Yuniastri dkk (2021) dengan judul 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. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kebijakan dividen, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Kesumastuti dan Aryista (2021) berjudul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian umur perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai

perusahaan. Selanjutnya ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Novita (2022) Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *firm size* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Hastuti (2022) dengan judul Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 266 data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, sedangkan rasio likuiditas, rasio pertumbuhan penjualan dan rasio aktivitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Kesumastuti dan Aryista (2021) berjudul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian umur perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Penelitian Anggita, (2022) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2020). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 193 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga diperoleh 101 perusahaan yang memenuhi kriteria. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Yuvianita et. al (2022) berjudul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). Hasil penelitian menunjukkan Variabel pengungkapan CSR yang menggunakan GRI tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Kemudian variabel Profitabilitas yang

diproyeksikan dengan GPM memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diproyeksikan dengan PBV

Penelitian Anggraini dkk (2022) dengan judul Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2020. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Yunisa dkk (2024) dengan judul Analisis Likuiditas, *Tax Avoidance*, Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022. Intervening Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2020. Sampel dalam penelitian ini adalah 19 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa likuiditas, *tax avoidance*, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.