

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang di dalamnya terdapat kegiatan memproduksi dan mendistribusi barang ataupun jasa, kegiatan ini pastinya dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi di masyarakat. Selain itu, perusahaan juga bertujuan untuk memperoleh laba maupun keuntungan. Setiap perusahaan tentunya mengharapkan peningkatan laba secara terus menerus pada setiap periode, akan tetapi laba suatu perusahaan dari tahun ke tahun tentu akan mengalami peningkatan dan penurunan (Suleman *et al.*, 2023). Namun, perkembangan dunia bisnis di Indonesia terutama pada era globalisasi dan didukung oleh perkembangan zaman memicu persaingan yang sangat ketat dari perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Fenomena ini dapat dipastikan karena adanya pengaruh perkembangan politik, ekonomi, sosial dan juga pengaruh yang disebabkan karena adanya kemajuan ekonomi yang sangat mengikat dari tahun ke tahun sehingga menuntut manajemen dalam suatu perusahaan untuk merancang dan menerapkan strategi yang tepat guna menghadapi dinamika persaingan yang semakin kompleks.

Di saat kondisi seperti ini, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan dunia ekonomi yang lain, seperti dunia ekonomi internasional maupun nasional, dan juga mampu membaca bagaimana situasi yang akan ada kedepannya. Secara umum, pastinya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama baik untuk jangka panjang maupun tujuan untuk jangka pendek. Tujuan jangka pendek ini ialah memaksimalkan keuntungan dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya yang

dimiliki, sedangkan untuk tujuan jangka panjang memaksimalkan nilai dari perusahaan itu sendiri dan juga perusahaan juga memiliki tujuan yaitu menghasilkan laba yang optimal untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Milansari *et al.*, 2020). Nilai perusahaan sangat berperan penting bagi kinerja perusahaan karena kinerja perusahaan dapat membuat pandangan investor meningkat. Secara umum untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan prospek masa depan suatu perusahaan, tentunya dapat dilihat dari keberhasilan harga sahamnya. Hal ini disebabkan karena jika harga saham di suatu perusahaan menunjukkan nilai tinggi maka otomatis nilai perusahaan juga tinggi dan akan memunculkan peningkatan harga pasar sebagai apresiasi investor terhadap keberhasilan suatu kinerja perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek suatu perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan cara *price to book value*. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *price to book value* merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham, apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya menunjukkan kondisi keuangan yang baik, tetapi juga mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam konteks pasar modal, perusahaan dengan nilai tinggi cenderung lebih menarik bagi investor karena dinilai memiliki risiko yang lebih rendah dan potensi imbal hasil yang lebih besar. Oleh

karena itu, peningkatan nilai perusahaan sering kali diartikan sebagai sinyal positif yang menunjukkan tingkat kepercayaan pasar terhadap stabilitas dan prospek bisnis perusahaan tersebut. Hal ini penting karena nilai perusahaan berdampak langsung pada harga saham dan persepsi investor. Nopriyanto (2024) menyatakan peningkatan nilai perusahaan menjadi hal yang krusial dalam upaya membangun kepercayaan investor, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif

Di Indonesia sendiri sektor usaha sangat memiliki peran penting terutama dalam pengembangan ekonomi yang pastinya menjadi bagian penting dari kelangsungan hidup, ada banyak sekali sektor usaha, terutama sektor usaha makanan dan minuman. Sektor ini merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang tergolong sangat penting dan paling penting dikarenakan pada sektor perusahaan makanan dan minuman ini sangat memberikan kontribusi besar bagi ekonomi di Indonesia dan juga sebagai sumber lapangan pekerjaan. Sektor industri makanan dan minuman ini menyediakan tentunya berbagai jenis produk. Mengingat sektor industri ini merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, sehingga memunculkan lebih banyak minat investor karena sektor industri ini memiliki tingkat risiko yang sangat rendah dibandingkan sektor lainnya. Investor tentunya berekspektasi sektor industri makanan dan minuman ini memiliki prospek yang sangat menguntungkan untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Sebuah perusahaan tentunya dapat dikatakan baik jika harga saham lebih besar dari harga buku pada perusahaan, dan tentunya jika nilai perusahaan kurang baik dapat dilihat dari harga saham yang lebih rendah dari nilai bukunya (Ratnasari & Utiyati, 2021).

Krisis ekonomi yang terjadi pada saat ini, sangat berpengaruh terutama pada

sektor industri makanan dan minuman, fenomena ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada sub sektor industri makanan dan minuman. Di sini peneliti menyajikan data yang telah diolah yaitu data *Price to Book Value* yang menjadi nilai perusahaan dalam periode tiga tahun, dari 2022-2024 pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 1.1
***Price To Book Value* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024**

Nama Perusahaan	2022	2023	2024
MYOR (PT. Mayora Indah Tbk)	4,35	3,64	3,63
ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk)	2,03	2,04	2,68
ROTI (PT Nippon Indosari Corpindo Tbk)	0,27	0,26	0,23
ULTJ (PT Ultrajaya Milk Industry)	2,63	2,72	2,52
MLBI (PT Multi Bintang Indonesia Tbk)	17,58	11,74	9,76
STTP (PT Siantar Top Tbk)	2,55	2,53	2,90
BUDI (Budi Starch Sweetener Tbk)	0,70	0,79	0,63
CAMP (Campina Ice Cream Industry Tbk)	1,91	2,48	1,61
FOOD (PT Sentra Food Indonesia Tbk)	1,73	3,13	3,52
IBOS (Indo Boga Sukses Tbk)	1,77	0,19	0,78
CRAB (Toba Surimi Industries Tbk)	2,39	2,88	2,33
Rata – rata	3,45	2,07	2,61

Sumber [www. idx.co.id](http://www.idx.co.id) Data Di Olah pada tahun (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukan bahwa *price to book value* (PBV) dari perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada periode 2022-2024 rata-ratanya

mengalami penurunan. Pada tahun 2022 yaitu sebesar 3,45 kemudian pada 2023 menurun dengan nilai 2,07 dan pada tahun 2024 turun kembali menjadi 2,61. Namun masing-masing perusahaan dalam industri makanan dan minuman tersebut nilai pbvnya berbeda-beda selama tiga tahun terakhir, ada yang mengalami peningkatan, seperti perusahaan ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk), FOOD (PT Sentra Food Indonesia Tbk) ada yang mengalami fluktuasi seperti nilai PBV pada perusahaan UL TJ (PT Ultrajaya Milk Industry), BUDI (Budi Starch Sweetener Tbk), CAMP (Campina Ice Cream Industry Tbk), CRAB (Toba Surimi Industries Tbk), namun ada juga yang mengalami penurunan selama periode 2022-2024 yaitu MYOR (PT. Mayora Indah Tbk), ROTI (PT Nippon Indosari Corpindo Tbk), MLBI (PT Multi Bintang Indonesia Tbk), IBOS (Indo Boga Sukses Tbk), dan STTP (PT Siantar Top Tbk). Berdasarkan dari data masing-masing perusahaan tersebut yang menunjukan nilai yang berbeda-beda, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui apa yang menyebabkan PBV dari setiap perusahaan tersebut selama tiga tahun terakhir yaitu 2022-2024 berbeda-beda, ada yang mengalami penurunan, peningkatan, dan ada juga yang berfluktuasi. Adapun beberapa faktor yang diduga mempengaruhi *Price to book value* tersebut.

Faktor pertama yaitu profitabilitas, profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, dengan menggunakan sumber seperti aset, modal dan bisa juga penjualan perusahaan (Wulandari & Efendi, 2022). Profitabilitas dapat dihitung menggunakan ROE (*Return On Equity*) yang merupakan kemampuan suatu perusahaan memperoleh keuntungan yang diukur melalui modal sendiri dan bisa dari dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan. Profitabilitas yang tinggi otomatis dapat meningkatkan

kepercayaan para investor, dan perusahaan juga mampu memanfaatkan sumber daya yang ada dengan baik dan efektif dimana pemanfaatan tersebut akan menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dwipa dkk., 2020). Menurut Zahrani, *et al* (2024) dan Amalia & Suryono, (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Efendi, (2024) dan Nagayu & Mujiyati, (2022) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. *Leverage* juga dapat diartikan sebagai gambaran atas pembagian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, serta seberapa besar perusahaan menggunakan hutang dalam perusahaan, yang tentunya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai rasio hutang untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri (Oktaviarni *et al.*, 2019). Aziz & Widati, (2023), Sari *et al.*, (2021) dan Ratnasari & Utiyati, (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian Anisa, *et al* (2022) dan Agustiningsih & Septiani, (2022) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Petra, (2022) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan

dividen. Kebijakan dividen ialah suatu kebijakan yang diambil berkaitan dengan laba yang diperoleh perusahaan, apakah laba tersebut akan ditahan sebagai laba ditahan yang selanjutnya akan digunakan sebagai penambah modal perusahaan, atau laba yang diperoleh akan dibagikan kepada para pemegang saham. Kebijakan dividen dapat diukur dengan DPR (*Dividen Payout Ratio*). Rasio ini tentunya yang akan membantu kita mengetahui jumlah dari laba dibagi dalam bentuk dividen kas dan laba yang ditahan sebagai sumber pendanaan. Rasio ini juga yang akan menunjukkan bagaimana presentase dari laba perusahaan yang dibayarkan pada pemegang saham biasa perusahaan berupa dividen kas. Dimana kemampuan perusahaan dalam membayarkan dividen dapat mencerminkan nilai perusahaan, jika pembayaran dividen yang diberikan tinggi maka harga saham akan meningkat, sehingga akan berdampak juga pada tingginya nilai perusahaan (Septariani, 2017).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ovami & Nasution, (2020) dan Ghadah, *et al* (2024) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Wulandari (2021) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendryani & Amin, (2022) dan Eka, *et al* (2023) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Darminto (2021), menyatakan bahwa ukuran perusahaan ialah besar dan kecilnya perusahaan yang diukur berdasarkan total aset, penjualan, dan jumlah kapitalisasi pasar. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan menyebabkan semakin stabil kondisi dan kinerja karena telah memiliki pengalaman

yang matang. Ukuran perusahaan dapat di bagi menjadi perusahaan skala besar dan juga perusahaan skala kecil. Pada perusahaan yang skalanya kecil akan kurang menguntungkan disebabkan karena hanya memiliki faktor pendukung yang terbatas dalam memproduksi barang. Ukuran perusahaan yang skalanya besar yang akan mempermudah mendapatkan kepercayaan dari kreditur. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan otomatis akan menarik minat investor untuk melakukan investasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah, (2022) dan Elisa & Riduwan, (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Junaeni, (2022) bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Clarinda, *et al* (2023) dan Abas & Damayanti, (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Dengan kata lain, jika perusahaan memiliki utang yang jatuh tempo, maka perusahaan tersebut mampu melunasinya tepat waktu. Perusahaan dikatakan likuid apabila dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo, dan sebaliknya, jika tidak mampu, maka perusahaan dianggap tidak likuid (Harun & Jeandry, 2018). Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan yang tentunya akan menjadi pandangan dan tolak ukur oleh investor. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengaitkan tingkat likuiditas ini dengan nilai

perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Fitriati, 2022) (Aziz & Najicha, 2024) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Bita *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini yang akan membuat investor tertarik karena tingkat likuiditas yang baik, dan juga adapun penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Junaeni, 2022) (Firda *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pada penjelasan di atas dan dengan didasarkan oleh hasil – hasil dari para peneliti terdahulu yang terdapat banyak perbedaan dari berbagai hasil penelitan, dan juga pada penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang berbeda dengan variabel yang dipergunakan oleh para peneliti terdahulu, sehingga masih sangat perlu adanya pengujian ulang dengan sampel dan juga periode yang berbeda. Melihat begitu pentingnya nilai perusahaan maka diperlukan pengujian yang berulang-ulang dan juga bagi peneliti nilai perusahaan merupakan hal yang tentunya begitu penting bagi ekonomi di masa depan.

Berdasarkan atas latar belakang yang telah dipaparkan di atas masih ada ketidakkonsistenan dari penelitian – penelitian terdahulu dan adanya fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “ **Analisis Determinan yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan terhadap Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2022-2024**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024?
5. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024

3. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024
4. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024
5. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi serta referensi dan tambahan informasi yang dapat memperluas ilmu pengetahuan khususnya mengenai analisis determinan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam mengevaluasi, memperbaiki dan juga sebagai acuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kinerja manajemen di masa yang akan datang

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu memberikan informasi mengenai faktor- faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan juga diharapkan penelitian ini bisa menjadi salah satu informasi atau bahan pertimbangan bagi investor pada pasar modal

c. Bagi Pembaca dan Publik

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang menggunakan topik penelitian yang sama dan juga dapat memberikan kesempatan dalam penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.2 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal ini pertama kali dikembangkan oleh Ross tahun 1977. Teori sinyal dibangun berdasarkan adanya informasi asimetris atau ketidaksamaan informasi. Antara informasi yang berasal dari manajemen dan yang berasal dari pemegang saham. Menurut Spence. M, (1973) Teori signal merupakan cara mengungkapkan informasi yang menggambarkan masalah dengan akurat untuk menambah kekuatan pada pengambilan keputusan. Teori signal didasarkan pada gagasan bahwa pemegang saham mendapatkan informasi mengenai keberhasilan ataupun kegagalan perusahaan melalui laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan digunakan oleh pihak manajemen sebagai media untuk memberikan sinyal kepada pemegang saham, baik itu sebagai sinyal yang baik ataupun sebagai sinyal yang buruk.

Teori sinyal dalam ilmu ekonomi menggambarkan bagaimana individu atau organisasi menyampaikan sinyal atau petunjuk tertentu guna menginformasikan kualitas atau karakteristik mereka kepada pihak lain, terutama untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Dalam konteks perusahaan, tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk mencerminkan pandangan mereka terhadap prospek bisnis disebut sebagai sinyal. Jika perusahaan diperkirakan memiliki prospek yang cerah di masa depan, biasanya akan ada kecenderungan untuk menawarkan saham kepada publik. Sebaliknya, apabila prospek masa depan perusahaan dianggap kurang menguntungkan, manajemen cenderung mencari alternatif lain untuk memperoleh

modal. Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, teori sinyal menyatakan bahwa posisi nilai perusahaan dapat mengalami perubahan apabila perusahaan gagal menyampaikan informasi mengenai nilainya secara transparan. Dengan kata lain, nilai pasar perusahaan bisa saja berada di atas atau di bawah nilai sebenarnya (Fitri Noviera. dkk, 2024)

Manajemen dapat menggunakan sinyal untuk alat perantara informasi yang akan diberikan terhadap para investor dan juga sebagai petunjuk apakah tujuan pemegang saham telah tercapai. Sinyal ini tentunya memiliki informasi yang penting yang akan dapat membantu investor mendapatkan juga membuat suatu keputusan investasi. Investor akan dapat menganalisis serta dapat memahami sinyal yang telah diberikan oleh perusahaan, tentunya setelah itu investor akan menentukan apakah sinyal yang telah diberikan oleh perusahaan bersifat negatif atau positif, dan juga investor akan dapat menilai apakah suatu perusahaan tersebut memberikan prospek yang baik sehingga meningkatkan minat untuk melakukan investasi, kenaikan saham dari suatu perusahaan tentunya bisa meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan, tetapi jika investor mendapatkan sinyal negatif maka keinginan investor untuk melakukan investasi akan menurun, otomatis hal ini yang juga akan menyebabkan nilai perusahaan menurun. (Septriana & Mahaeswari, 2019)

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan tahapan yang akan dilalui perusahaan untuk meningkatkan persepsi masyarakat terhadap nilai perusahaan. Jika nilai perusahaan tinggi akan menggambarkan kinerja perusahaan yang memuaskan dan juga untuk menarik investor untuk prospek dimasa depan. Nilai perusahaan juga dapat dilihat

dari harga sahamnya, jika harga saham suatu perusahaan mengalami penurunan, otomatis nilai perusahaan juga akan turun, fenomena ini menyebabkan aset pemegang saham akan menurun, dan sebaliknya jika terjadi kenaikan pada harga saham yang akan menimbulkan kenaikan pada nilai perusahaan ini menyebabkan aset yang dimiliki para pemegang saham akan meningkat, sehingga nilai perusahaan sangat penting bagi pemegang saham (Nuridah *et al.*, 2023)

Menurut (Indrarini, 2019) terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur nilai dari sebuah perusahaan, pengukuran yang digunakan yaitu rasio penilaian (*valuation ratio*). Rasio penilaian dapat diartikan sebagai ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yaitu terdiri dari:

1. *Price to book value* (PBV)

Price to book value (PBV) merupakan pengukuran dari nilai yang diberikan pasar keuangan untuk manajemen dan juga organisasi untuk perusahaan yang terus bertumbuh. Rasio ini dapat memperlihatkan sebesar apa pasar menghargai nilai buku dari perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, akan membuat pasar percaya oleh prospek perusahaan dan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap modal yang diinvestasikan.

2. *Price earning ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) merupakan harga yang harus dibayar pembeli jika suatu perusahaan dijual. PER ini ialah perbandingan dari harga saham dengan laba bersih dari perusahaan. Harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam kurun waktu setahun. PER ini memfokuskan mengenai laba bersih yang sudah dihasilkan oleh perusahaan,

karena jika telah mengetahui PER emiten dapat menyatakan apakah harga saham perusahaan wajar atau tidak.

3. Tobin's Q

Tobin's Q ialah suatu nilai pasar dari sebuah perusahaan yang dihitung dengan membandingkan nilai pasar perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan Tobin's Q tinggi ($q > 1,00$) menunjukkan bahwa peluang investasi akan semakin meningkat, yang tentunya memiliki potensi pertumbuhan yang baik sehingga manajemen akan dinilai baik dalam mengelola aset-asetnya.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *price to book value* (PBV) rasio ini dipergunakan untuk mengukur nilai dari suatu perusahaan, dan juga sebagai sumber untuk melihat perkembangan suatu perusahaan. Tujuan dari pengukuran ini yaitu sebagai penilaian investor terhadap perusahaan dan untuk mengetahui apakah perkembangan perusahaan berjalan dengan baik atau tidak. Secara umum rasio *price to book value* (PBV) yang menunjukkan nilai di atas satu akan menjadi cerminan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai bukunya (Iman *et al.*, 2021).

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai rasio untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu. Profitabilitas juga dapat diartikan sebagai petunjuk dari seberapa besar kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan harus menghasilkan laba untuk membuat perusahaan tumbuh dan berkembang dalam waktu yang lama. Rasio

profitabilitas tentunya dirancang bertujuan agar dapat memberikan suatu gambaran yang jelas mengenai kemampuan dari suatu perusahaan dalam kemaksimalannya menghasilkan laba dalam periode tertentu, sekaligus akan menjadi tolak ukur dari keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan (Septiana & Zulkifli, 2024). Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dan juga tingkat pengembalian yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan utang yang relatif sedikit. Tingkat pengembalian yang tinggi ini memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar dari kebutuhan pendanaan mereka dengan dana yang dihasilkan secara internal (Faizal *et al.*, 2024).

Menurut Kasmir (2019:201) ada beberapa jenis dari rasio profitabilitas yang umumnya dapat digunakan sebagai alat penilaian dan pengukuran dari tingkat profitabilitas dalam suatu periode tertentu yaitu:

1. Profit margin (*profit margin in sales*)

Profit margin on sales ialah suatu rasio yang bisa dipergunakan untuk melakukan pengukuran suatu margin dan laba atas penjualan suatu perusahaan.

2. *Return on asset* (ROA)

Return on asset (ROA) ialah suatu rasio yang dapat memperlihatkan apakah kontribusi aset sangatlah besar dalam menghasilkan laba bersih. ROA juga dapat dipergunakan sebagai alat pengukuran seberapa besar laba bersih yang bisa dihasilkan dari setiap rupiah dan dana yang diberikan dalam total aset.

3. *Return on invesment* (ROI)

Return on invesment (ROI) ialah suatu rasio yang dapat menunjukkan *return* atas jumlah aset yang dipakai dalam perusahaan. ROI ini juga dipergunakan untuk mengukur efektifitas manajemen dalam mengatur investasinya, yang

akan dapat dilakukan pengukuran mengenai apakah perusahaan baik dalam menghasilkan keuntungan dari suatu investasi yang dilakukan.

4. *Return on equity (ROE)*

Return on equity (ROE) ialah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri. ROE juga bisa disebutkan sebagai rentabilitas modal sendiri. ROE dapat menunjukkan keefektifan dalam mempergunakan modal sendiri, yang akan menyebabkan semakin tingginya rasio ini, maka posisi dari pemilik perusahaan akan baik.

5. Laba per lembar (*saham earning per share*)

Laba per lembar (*saham earning per share*) merupakan rasio yang dipergunakan untuk melakukan pengukuran mengenai keberhasilan dari manajemen dalam mendapatkan keuntungan bagi para pemegang saham. Rasio yang rendah tentunya akan mengartikan bahwa manajemen belum berhasil dalam memuaskan para pemegang saham, dan juga sebaliknya, jika suatu pengembalian tinggi akan menunjukkan bahwa manajemen telah berhasil meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham.

Dalam penelitian ini profitabilitas ini diukur menggunakan rasio *return on asset (ROA)*, hal ini disebabkan karena ROA dapat menunjukkan efektivitas suatu perusahaan dalam mengelola modal ekuitas dan utangnya. Investor otomatis akan memahami seberapa besar efektifitas suatu perusahaan dalam pengelolaan asetnya. Jika nilai ROA semakin tinggi, maka semakin besar juga efek terhadap penjualan saham sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2019:202).

2.1.4 *Leverage*

Menurut Kasmir (2019:112) menyatakan bahwa *leverage* ini ialah rasio

yang dapat menggambarkan seberapa aset perusahaan yang berasal dari utang, sehingga dapat diartikan bahwa seberapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan jika dibandingkan dengan total asetnya. *Leverage* juga dapat digunakan sebagai sumber penjelasan terhadap investor mengenai peningkatan hutang dapat diartikan sebagai suatu kemampuan bagi perusahaan untuk dapat membayar seberapa kewajiban dimasa yang akan datang, hal ini tentunya dapat memberikan pengaruh yang baik di lingkungan masyarakat. Penggunaan hutang ini juga menyebabkan terjadinya pengurangan PKP (penghasilan kena pajak) hal ini disebabkan karena perusahaan sangat diwajibkan untuk dapat membayar bunga pinjaman. Perusahaan dengan rasio bunga yang tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut mampu membayar semua kewajiban di masa yang akan datang. Hal ini tentunya akan mengurangi ketidakpastian investor terhadap kemampuan dalam suatu perusahaan dalam pengambilan atas modal yang sudah diberikan.

Menurut (Kasmir, 2019:112) terdapat lima rasio yang dipergunakan untuk pengukuran dan juga penilaian dari *leverage*, antara lain:

1. *Debt to asset ratio* (DAR)

Debt to asset ratio (DAR) ialah alat ukur yang dapat digunakan sebagai alat perbandingan antara total utang dengan total aset. Rasio ini dapat memperlihatkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang dan juga untuk mengetahui apakah besar pengaruh utang mempengaruhi aset.

2. *Debt to equity ratio* (DER)

Debt to equity ratio (DER) ialah alat ukur yang dipergunakan sebagai penilaian untuk membandingkan utang dengan ekuitas. Rasio ini bisa dihitung menggunakan cara membandingkan total utang dan juga total ekuitas, sehingga

dapat diartikan bahwa rasio ini bisa membantu untuk mengetahui seberapa besar setiap rupiah modal sendiri yang dapat dijadikan jaminan atas utang.

3. *Long term debt to equity ratio*

Long term debt to equity ratio ialah rasio yang dapat dipergunakan sebagai alat perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Rasio ini bertujuan sebagai pengukuran bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang bisa menutupi dan juga dapat menjamin utang jangka panjang dengan cara yang digunakan yaitu membandingkan keduanya.

4. *Time interest earned ratio*

Time interest earned ratio ialah rasio yang juga dapat dikenali dengan sebutan *coverage ratio*. Fungsi dari rasio ini adalah sebagai pengukuran atas kemampuan perusahaan untuk membayarkan biaya bunga yang caranya adalah dengan melakukan perbandingan antara jumlah laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan biaya bunga.

5. *Fixed charge coverage*

Fixed charge coverage rasio ini dapat disamakan dengan rasio *Time interest earned ratio* tetapi tentu juga memiliki perbedaan yaitu dalam rasio ini dipergunakan jika perusahaan memiliki utang jangka panjang atau menyewa aset berdasarkan kontrak sewa.

Leverage dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *Debt To Equity Ratio* (DER). DER merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur perbandingan dari total hutang dengan ekuitas. Menurut Harahap (2022) alasan dari memilih DER sebagai alat untuk mengukur atau menghitung *leverage* karena rasio ini dapat mengukur perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang dapat

ditunjukkan dari bagian modal sendiri, dimaksudkan untuk digunakan perusahaan dalam pelunasan hutang

2.1.5 Kebijakan dividen

Kebijakan dividen merupakan sebuah keputusan yang diambil suatu perusahaan untuk menentukan masalah dari pembagian keuntungan yang dapat dihasilkan oleh suatu perusahaan pada pemegang saham atau bisa juga keuntungan tersebut ditahan dalam bentuk investasi lanjut oleh para pemegang saham (Septariani, 2017). Dividen dapat diartikan sebagai salah satu cara untuk perusahaan dapat memperlihatkan kinerja keuangannya terhadap para pemegang saham adapun alasan mengapa perusahaan penting untuk membagikan dividen antara lain sebagai bentuk pembagian keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan kepada pemegang saham sebagai bentuk imbalan terhadap investasi mereka (Oktafiani *et al.*, 2022)

Menurut Kasmir (2019:155) pengukuran kebijakan dividen dapat dilakukan dengan beberapa ratio yaitu:

1. *Dividen Payout Ratio* (DPR)

Dividen Payout Ratio (DPR) ialah rasio yang dapat menunjukkan presentase dari laba bersih yang dibayarkan sebagai dividen kepada para pemegang saham, fungsi dari rasio ini agar dapat mengetahui proposi laba yang ditahan untuk pertumbuhan perusahaan, serta menilai stabilitas dan kebijakan pembayaran dividen perusahaan dari waktu ke waktu.

2. *Dividen yield*

Dividen yield ialah rasio pengukuran untuk mengukur tingkat pengembalian dividen yang diterima investor terhadap harga saham pasar. Fungsi dari ratio ini

sebagai indikator yang menjadi daya tarik saham bagi investor yang akan mencari pendapatan tetap

3. *Retention ratio*

Retention ratio ini merupakan rasio yang dapat menunjukkan presentase dari laba yang tidak dibagikan sebagai dividen dan ditahan untuk reinvestasi. Fungsi rasio ini ialah sebagai gambaran tentang kebijakan konservatif atau agresif dari suatu perusahaan dalam penggunaan labanya, serta alat analisis untuk menilai pertumbuhan dari suatu perusahaan.

Pada penelitian ini kebijakan dividen dapat diukur dengan menggunakan *Dividen payout ratio* (DPR). DPR merupakan perbandingan antara dividen perlembar saham dengan laba perlembar sahamnya. Kebijakan dividen bisa menjadi sebuah sinyal yang baik untuk prospek perusahaan di masa mendatang, dimana para investor akan sangat tertarik untuk membeli saham di perusahaan. Hal ini dikarenakan jika perusahaan dapat membayar dividen yang tinggi maka otomatis harga saham juga akan tinggi yang akan berdampak pada tingginya suatu nilai perusahaan (Oktafiani *et al.*, 2022)

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala atau nilai yang biasanya dapat menunjukkan besar dan kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total asset, total penjualan dan kapitalisasi pasar (Kasmir, 2019:197). Setiap perusahaan memiliki tujuan yaitu perkembangan agar ukuran perusahaan menjadi besar. Ukuran perusahaan akan menjadi nilai yang dipergunakan untuk menunjukkan besar dan kecilnya suatu perusahaan. Total aset yang dimiliki adalah salah satu cara untuk dapat menilai ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dikelompokkan seperti

perusahaan besar, perusahaan kecil dan perusahaan sedang. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mendapatkan perhatian dari investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut ada tiga alat pengukuran yang dapat dipergunakan untuk melakukan pengukuran dari ukuran perusahaan:

1. Total aset

Total aset ialah harta dan juga sumber kekayaan yang suatu perusahaan miliki. Jika semakin besar aset yang dimiliki suatu perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini tentunya dapat meningkatkan pangsa pasar yang telah tercapai dan tentunya dapat meningkatkan profitabilitas.

2. Total Penjualan

Total penjualan merupakan fungsi pemasaran yang sangat penting tentunya untuk perusahaan, dimana penjualan ini berfungsi untuk mendapatkan laba karena tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba. Perusahaan yang penjualannya terus meningkat akan menutupi biaya yang keluar pada saat proses produksi, tentunya hal ini yang akan mengakibatkan peningkatan laba dan akan membuat profitabilitas meningkat.

3. Kapitalisasi Pasar

Kapitalisasi pasar ialah suatu ukuran dari total nilai pasar semua saham yang beredar dari sebuah perusahaan. Jika harga per saham meningkat maka hal ini yang akan menyebabkan kapitalisasi pasar yang juga meningkat. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan tersebut semakin berharga.

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset menurut (Dwiastuti & Dillak, 2019) alasan mengapa pengukuran digunakan menggunakan rasio total aset karena total aset perusahaan dapat memberikan hasil yang lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan dan akan lebih relevan jika dibandingkan menghitung ukuran perusahaan menggunakan kapitalisasi pasar

2.1.7 Likuiditas

Kasmir (2019:129) menyatakan likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dalam artian jika perusahaan ditagih rasio ini otomatis dapat menunjukkan apakah perusahaan dapat memenuhi hutang yang telah jatuh pada tempo, serta dapat memastikan keberlangsungan operasionalnya, rasio ini dapat dihitung dari sumber informasi tentang modal kerja yaitu utang lancar dan aset lancar. Rasio likuiditas juga memiliki fungsi sebagai penunjuk dan penunjuk kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang sudah jatuh tempo, baik itu kewajiban terhadap pihak luar maupun kewajiban pihak dalam perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:130) menyatakan bahwa ada beberapa jenis rasio likuiditas yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek, yaitu:

1. Rasio Lancar (*current ratio*)

Rasio lancar ialah rasio yang digunakan untuk melakukan pengukuran atas kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban membayar jangka pendek, kewajiban yang dibayarkan yaitu utang yang akan segera jatuh tempo.

Rasio ini tentunya diartikan sebagai berapa banyaknya aset lancar yang tersedia

untuk menutupi kewajiban atau utang jangka pendek, yang dapat menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan membayar kewajibannya.

2. Rasio Lancar (*quick ratio*)

Rasio lancar ialah rasio yang dapat dipergunakan untuk melakukan pengukuran mengenai kemampuan perusahaan dalam membayarkan kewajiban yang dapat disebut utang jangka pendek dan aset lancar, dimana rasio ini melakukan pengukuran tanpa memperhitungkan nilai persediaan. Perhitungan ini nilai persediaan diabaikan dengan cara mengurangi total aset lancar dengan nilai persediaan. Hal ini disebabkan karena persediaan dianggap membutuhkan waktu yang relatif lama agar dapat diubah menjadi utang (*cash*) disaat perusahaan memerlukan dana yang cepat untuk membayarkan kewajibannya.

3. Ratio Kas (*cash*)

Rasio kas ialah rasio yang dapat dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan mengenai penggunaan uang kas yang tersedia yang diperuntukan membayar utang, ketersediaan uang kas ini ditunjukkan dengan jumlah dana kas yang tersedia atau yang setara dengan kas, yang dapat menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat mempergunakan uang kas tersebut sebagai pemenuhan atas kewajiban-kewajiban jangka pendeknya.

Dalam penelitian ini pengukuran likuiditas yang digunakan ialah *curent ratio* (CR) untuk mengukur bagaimana perusahaan mampu ketika melakukan pelunasan jangka pendeknya yang akan jatuh tempo dengan total aset lancar yang digunakan. Menurut Purwaningtyas (2019) CR dipilih karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya lancar dan ini akan memungkinkan ketertarikan dari investor untuk menanamkan modalnya sehingga

risiko yang ditanggung tidak besar karena semakin tinggi tingkat CR maka otomatis akan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan dan juga sebaliknya

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun beberapa acuan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai panduan dalam penelitian ini:

Sari & Widyawati, (2021) Melakukan penelitian dengan objek yaitu profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu, profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Elisa & Riduwan, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap perusahaan. Sedangkan

likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Natasha, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu kepemilikan institusional, proposi dewan komisaris independen, komite audit, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 . Variabel independennya yaitu kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen, komite audit, ukuran perusahaan dan *leverage*, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, komite audit dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan proposi dewan komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Sari & Wahidahwati, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu *sustainability report*, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Eek Indonesia periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu *sustainabiliti report*, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis linear bergandan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas

berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Sukmahayati & Suwaidi, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *keverage*, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dirganpratiwi & Yuniati, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Firda *et al.*, (2021) melakukan penelitian dengan objek yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan kebijakan dividen yang mempengaruhi nilai perusahaan

pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Variabel independennya yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan kebijakan dividen, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ayuningsih, (2021) Melakukan penelitian dengan objek yaitu ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan aset yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di bursa efek indonesia periode 2015-2019. Variabel independennya yaitu ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan kebijakan hutang, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, pertumbuhan aset, dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Sari & Widyawati, (2022) melakukan penelitian dengan objek yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan kebijakan dividen yang mempengaruhi nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Variabel independennya yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan kebijakan dividen, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh

terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Anisa *et al.*, (2022) Melakukan penelitian dengan objek yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, kebijakan dividen, dan profitabilitas yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Variabel independennya yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, kebijakan dividen, dan profitabilitas, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pratama & Dharma, (2023) Melakukan penelitian dengan objek yaitu *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan industri property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Variabel independennya yaitu *leverage*, likuiditas, dan profitabilitas, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Cindy & Ardini, (2023) Melakukan penelitian dengan objek yaitu kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas yang mempengaruhi nilai perusahaan

pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Variabel independennya yaitu kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Abas & Damayanti, (2023) melakukan penelitian dengan objek yaitu profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Variabel independennya yaitu profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Friederick & Sudirgo, (2023) Melakukan penelitian dengan objek yaitu *leverage*, struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Variabel independennya yaitu *leverage*, pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan ukuran perusahaan, serta variabel dependennya nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan.

Clarinda *et al.*, (2023) melakukan penelitian dengan objek yaitu profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Variabel independennya yaitu profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Irmawati & Murtianingsih, (2024) melakukan penelitian dengan objek yaitu likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Variabel independennya yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan likuiditas, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan

leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Carolyn & Susilawati, (2024) melakukan penelitian dengan objek yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Variabel independennya yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*, serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah sama-sama menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Variabel dependennya menggunakan nilai perusahaan serta variabel independennya menggunakan profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan likuiditas.

Pembedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya pada penggunaan sampel penelitian dan juga tahun penelitian. Pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan makanan dan minuman serta dilakukan pada tahun 2025, sedangkan pada penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada perusahaan lain seperti, perusahaan industri properti dan real estate, perusahaan pertambangan, perusahaan infrastruktur, perusahaan transportasi dan logistik serta dilakukan pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, dan 2023.