

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *LIKUIDITAS, LEVERAGE,*
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang
terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020)**

AHMAD RYANDI PRILASANDI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *LIKUIDITAS, LEVERAGE,* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020)

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**AHMAD RYANDI PRILASANDI
A021191015**



kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH LIKUIDITAS, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020)

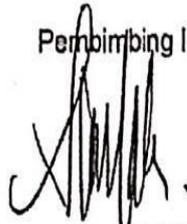
disusun dan diajukan oleh

**AHMAD RYANDI PRILASANDI
A021191015**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, 8 Desember 2022

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E., M.Si., CIPM., CWM
NIP 19600703 199203 1 001

Pembimbing II



Dra. Hj. Nursiah Sallatu, MA
NIP 19620413 198702 2 002

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasaruddin



Prof. Dra. Ni Dian A.S. Parawansa, M.Si., Ph.D., CWM
NIP 19620405 198702 2 001

SKRIPSI

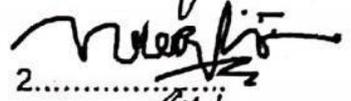
ANALISIS PENGARUH LIKUIDITAS, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020)

disusun dan diajukan oleh

AHMAD RYANDI PRILASANDI
A021191015

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 28 Desember 2022 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E.,M.Si., CIPM.,CWM	Ketua	1..... 
2	Dra. Hj. Nursiah Sallatu, MA	Sekretaris	2..... 
3	Prof. Dr. H. Muhammad Ali, S.E.,M.Si	Anggota	3..... 
4	Dr. Julius Jilbert, S.E.,MIT	Anggota	4..... 



Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin
Prof. Dra. Hj. Dian A.S. Parawansa. M.Si.,Ph.D.,CWM
NIP 19620405 198702 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Ahmad Ryandi Prilasandi
NIM : A021191015
departemen/program studi : Manajemen/Strata Satu

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul,

Analisis Pengaruh *Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020)*

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 8 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Ahmad Ryandi Prilasandi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* karena atas hidayah dan limpahan rahmat-Nya lah sehingga peneliti mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Likuiditas, Leverage,* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 – 2020)” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Proses penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat kepada pembaca. Ada beberapa pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini sehingga peneliti mendapatkan banyak pelajaran, saran dan kritik. Tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti mengucapkan banyak terima kasih secara mendalam kepada:

1. Kedua orang tua, kakak, dan adik yang sangat saya sayangi dan cintai serta senantiasa mendukung tanpa henti kepada peneliti, Syamsi Bahri dan Sumiyati selaku orang tua, Kakak Intan Apriliana Lestari dan adik Ahmad Dyandi Prilasandi, yang memiliki rasa kasih sayang dan mempunyai rasa penuh kesabaran dan tak kenal lelah dalam membimbing peneliti hingga sampai saat ini. Terima kasih karena telah menjadi orang tua, kakak dan adik yang sangat hebat serta menjadi motivasi peneliti yang dikirimkan oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala*.
2. Keluarga besar dari Orang tua karena telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam beberapa hal sehingga peneliti mampu melakukan yang terbaik hingga hari ini.

3. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E., M.Si.,CIPM.,CWM selaku pembimbing I dan Ibu Dra. Hj. Nursiah Sallatu, MA selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan terbaik, waktu, tenaga dan motivasi kepada peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin dan terkhusus kepada Dosen Penasihat Akademik Bapak Prof. Dr. Muh. Yunus Amar, S.E.,M.T.,CWM yang senantiasa memberikan arahan dan nasihat kepada peneliti.
5. Seluruh pegawai dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti selama peneliti menempuh Pendidikan.
6. Teman-teman dekat peneliti selama berada di bangku kuliah, terima kasih karena senantiasa memberikan dukungan, menemani dari awal perkuliahan, memberikan motivasi kepada peneliti, serta saling mengingatkan dalam hal kebaikan.
7. Teman-teman SMA peneliti yang sampai sekarang masih memberikan dukungan dalam setiap langkah peneliti serta senantiasa memberikan semangat sampai penelitian ini selesai.
8. Tempat menuntut ilmu terkhususnya ilmu agama Islam dan tempat belajar berorganisasi, UKM LDM Darul 'Ilmi FEB-UH dan KSEI FoSEI UNHAS yang anggotanya tidak dapat disebut satu persatu. *Halaqah tarbiyah Al-Fatih 2019* atas segala ilmu dan dukungan selama peneliti belajar di *halaqah tarbiyah Al-Fatih 2019*.
9. Saudara dan Saudari yang tergabung dalam Konsentrasi Manajemen Keuangan yang telah memberikan banyak ilmu, manfaat, dukungan, dan

kebersamaan selama peneliti menempuh pendidikan serta saling mengingatkan dalam kebaikan.

10. Teman-teman Manajemen dan KEMA Manajemen ALERTA angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah menjadi teman-teman yang memberikan pengalaman berkesan kepada peneliti serta dukungan untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang turut serta memberikan dukungan serta memberikan doa dan motivasi kepada peneliti.

Akhir kata, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* membalas segala bantuan dan dukungannya kepada peneliti dan semoga menjadi amal jariyah. *Aamiin ya Rabbal 'Aalamiin*.

Makassar, 8 Desember 2022

Peneliti



Ahmad Ryandi Prilasandi

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE,
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(STUDI PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER GOODS YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DARI TAHUN 2018 – 2020)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF LIQUIDITY, LEVERAGE,
AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE
(STUDY OF CONSUMER GOODS SECTOR COMPANIES
LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FROM 2018 – 2020)***

Ahmad Ryandi Prilasandi
Syamsu Alam
Nursiah Sallatu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, *likuiditas*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel penelitian adalah 26 perusahaan di perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada 2018-2020. Penelitian menunjukkan hasil bahwa secara simultan nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *likuiditas*, *leverage*, dan profitabilitas. Secara parsial, *likuiditas* tidak berpengaruh Negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Likuiditas*, *Leverage*, dan Profitabilitas.

This study aims to determine the effect of liquidity, leverage, and profitability on firm value. In this study, the sample collection method used a purposive sampling technique. The number of research samples is 26 companies in the Consumer Goods sector companies on the Indonesia Stock Exchange between 2018 until 2020. Research results shown that firm value is an simultaneously significant influenced by liquidity, leverage and profitability. Partially, liquidity has no significant negative effect on firm value, leverage has no significant negative effect on firm value, and profitability has a significant positive effect on firm value.

Keywords : *Company Value, Liquidity, Leverage, and Profitability.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis	10
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	10
1.5. Ruang Lingkup Batasan Penelitian	11
1.6. Organisasi/Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Tinjauan Teori dan Konsep	12
2.1.1. Nilai Perusahaan	12
2.1.1.1. Pengertian Nilai Perusahaan.....	12
2.1.1.2. Fungsi Nilai Suatu Perusahaan.....	13
2.1.1.3. Aspek Nilai-Nilai Perusahaan	14
2.1.1.4. Metode Pengukuran Nilai Perusahaan	15
2.1.1.5. Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan	19
2.1.2. Likuiditas.....	22
2.1.2.1. Pengertian <i>Likuiditas</i>	22

2.1.2.2. Tujuan <i>Likuiditas</i>	23
2.1.2.3. Pengukuran <i>Likuiditas</i>	24
2.1.3. Leverage.....	25
2.1.3.1. Pengertian <i>Leverage</i>	25
2.1.3.2. Jenis <i>Leverage</i>	26
2.1.3.3. Tujuan <i>Leverage</i>	27
2.1.3.4. Pengukuran <i>Leverage</i>	28
2.1.4. Profitabilitas.....	28
2.1.4.1. Pengertian <i>Profitabilitas</i>	28
2.1.4.2. Tujuan Profitabilitas.....	29
2.1.4.3. Pengukuran <i>Profitabilitas</i>	30
2.2. Tinjauan Empirik.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
2.4. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Rancangan Penelitian.....	39
3.2. Tempat dan Waktu.....	39
3.3. Populasi dan Sampel.....	39
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4.1. Jenis Data.....	41
3.4.2. Sumber Data.....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.6.1 Variabel Penelitian.....	43
3.6.2 Definisi Operasional.....	45
3.7. Instrumen Penelitian.....	46
3.8. Analisis Data.....	47
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	47
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.2.1. Normalitas.....	47
3.8.2.2. Multikolinearitas.....	48
3.8.2.3. Autokorelasi.....	48
3.8.2.4. Heteroskedastisitas.....	48

3.8.3. Analisis Statistik	49
3.8.4. Pengujian Statistik.....	50
3.8.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.8.4.2. Uji F	50
3.8.4.3. Uji t (Parsial)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2. Hasil Uji Analisis Data Penelitian.....	54
4.2.1. Uji Statistik Deskriptif.....	54
4.2.2. Pengujian Model.....	55
4.2.2.1. Uji Normalitas	55
4.2.2.2. Uji Multikolinieritas.....	58
4.2.2.3. Uji Autokorelasi.....	59
4.2.2.4. Uji Heterokedastisitas	60
4.2.2.5. Analisis Linear Berganda.....	62
4.2.3. Pengujian Hipotesis.....	64
4.2.3.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.2.3.2 Uji Signifikansi Stimultan (Uji F)	65
4.2.3.3 Uji Parsial t	66
4.3. Pembahasan.....	68
4.3.1. Pengaruh <i>Likuiditas</i> (CR) terhadap Nilai Perusahaan.....	68
4.3.2. Pengaruh <i>Leverage</i> (DER) terhadap Nilai Perusahaan	68
4.3.3. Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan.....	69
4.3.4. Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara Simultan	70
BAB V KESIMPULAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran-saran	72
5.3. Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN - LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar 57 Perusahaan Consumer Goods pada tahun 2020 di BEI...	5
Tabel 1.2	Rata-rata CR, DER, ROA dan Tob Tobins'Q Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Pada tahun 2018-2020	8
Tabel 3.1	Daftar perusahaan Sampel Penelitian	40
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4.1	Spesifikasi Sampel.....	53
Tabel 4.2	Hasil Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas (Setelah di Outlier)	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.7	Uji Autokorelasi dengan Run Test	60
Tabel 4.8	Uji Heterokedastisitas.....	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Transformasi Data.....	62
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)	66
Tabel 4.13	Uji Parsial (Uji t)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TABULASI DATA.....	86
LAMPIRAN 2 SPSS.....	88
LAMPIRAN 3 BIODATA DIRI.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini begitu sangat pesat. Globalisasi hampir terjadi diseluruh bidang kehidupan manusia. Termasuk sistem perekonomian global yang bebas dan mudah untuk melakukan kerja sama dengan negara-negara luar atau biasa disebut perdagangan bebas. Perdagangan bebas ini kemudian menciptakan persaingan yang sangat ketat antar perusahaan, terlebih munculnya industri-industri baru yang menambah persaingan didalamnya. Persaingan membuat setiap perusahaan melakukan berbagai cara agar perusahaannya dapat bertahan didalam kerasnya persaingan dunia bisnis (Khumairoh, 2021). Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memperkuat dalam hal keunggulan bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan demikian akan berdampak pada terbentuknya harga yang lebih tinggi, lebih banyak pelanggan, dan loyalitas terhadap merek. Membangun hal tersebut adalah tujuan terpenting dari setiap perusahaan yang ada.

Di dunia sekarang ini, sangat penting terkait kesuksesan dunia bisnis, tanpa hal tersebut mustahil suatu perusahaan untuk bertahan hidup. Keunggulan bersaing dipertahankan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kesejahteraan pemegang saham yang dapat dicapai dengan mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, kenaikan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan kenaikan harga saham di pasar dan sebaliknya. Harga saham perusahaan

mencerminkan persepsi investor terhadap kemampuannya untuk mendapatkan dan menumbuhkan keuntungannya di masa depan (M. Jihadi, 2021). Bagi perusahaan, nilai perusahaan yang baik tentu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para calon investor untuk memulai dan mengembangkan bisnis pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang baik ini dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan tersebut. Perusahaan mengharapkan terhadap manajer keuangan dalam hal peningkatan kinerja agar berdampak baik terhadap kesejahteraan bagi pemilik dan pemegang saham (Tunggul Priyatama, 2021). Keuangan yang baik tentu menggambarkan kondisi kinerja perusahaan yang baik pula sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah faktor *internal* dari perusahaan, dimana faktor ini biasanya digunakan investor sebagai pertimbangan dalam berinvestasi yaitu menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah *likuiditas*, *leverage* dan *profitabilitas*. Beberapa faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap nilai suatu perusahaan, namun hasil yang didapat hingga kini masih tidak selalu konsisten.

Likuiditas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan aset lancar yang dimiliki perusahaan tersebut. Menurut Van Horne dan Wachowicz (2008:138) *Likuiditas* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Semakin tinggi *likuiditas* maka semakin tinggi nilai perusahaan, sebaliknya semakin rendah *likuiditas* maka nilai perusahaan semakin rendah. *Likuiditas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, ini membuktikan investor akan tertarik pada perusahaan yang memiliki tingkat *likuiditas* dan kontrol yang baik (Juhandi dkk,2019).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya *leverage*. Menurut (Markonah dkk, 2020) dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan membayar suatu perusahaan terhadap segala kewajibannya baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang jika perseroan dibubarkan (*likuidasi*). Menurut C. Paramasivan dan T. Subramanian (2011:22) *leverage* digunakan untuk mengukur kewajiban jangka panjang bisnis perusahaan dagang. Penggunaan *leverage* secara baik dan optimal dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan karena penggunaan hutang dapat mengurangi beban pajak yang timbul akibat penggunaan hutang. (Yulianto dan Widyasari, 2020).

Selain *leverage*, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu profitabilitas. Kusumawati dan Setiawan (2019) mendefinisikan profitabilitas adalah tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan keuntungan, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya berhasil dengan berorientasi secara maksimal dari hasil yang menguntungkan bagi perusahaan. Sehingga keuntungan yang besar ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dan tingkat pengembalian yang besar kepada investor. Sementara menurut Menurut Van Horne dan Wachowicz (2008:148) profitabilitas berkaitan dengan keuntungan dalam hal penjualan dan keuntungan dalam hal investasi. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Bella Firda,dkk (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Perkembangan Perusahaan di Indonesia saat ini cukup besar, dimana dilihat dari banyaknya perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) sendiri, terdiri dari sembilan sektor perusahaan publik dan dilansir dari CNBC Indonesia sampai akhir tahun 2020 terdapat 713 perusahaan yang terdaftar, sehingga hal tersebut membuat para investor dihadapkan dengan banyaknya pilihan untuk keputusan dalam menanamkan modalnya. Jika hal ini, investor tidak berhati-hati dalam berinvestasi maka ditakutkan kedepannya investor tidak mendapatkan *return*. Dalam keputusan berinvestasi banyak faktor yang harus dicermati investor agar meminimalisir resiko yang dihadapi kedepannya, karena tujuan utama dari investor adalah memaksimalkan *return* yang berasal dari *dividen* maupun *capital gain*. *Dividen* adalah pembagian keuntungan kepada para pemegang saham perusahaan pada periode tertentu dan *capital gain* adalah perbedaan harga saham pada saat menjual maupun membeli saham (I Ketut Suardana, 2020).

Sebelum investor mengambil keputusan investasi, penting akan investor mengetahui gambaran dari kinerja perusahaan dalam memberikan keuntungan yang sesuai diharapkan. Salah satu alat yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan tersebut. Adanya laporan keuangan tersebut bertujuan untuk menggambarkan keadaan kinerja keuangan perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak pemangku kepentingan (Raja Wulandari Putri, 2016).

Menurut Brigham dan Daves (2006:215) Ada dua jenis informasi yang disediakan di laporan keuangan perusahaan. Pertama, sebagai laporan yang sering disajikan sebagai surat dari manajer, mengenai laporan perkembangan perusahaan kedepannya. Kedua, laporan keuangan tersebut

menyajikan empat laporan keuangan dasar yaitu, neraca, laporan laba rugi, laporan laba ditahan, dan laporan arus kas. Sehingga dengan adanya laporan keuangan ini sebagai pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi di perusahaan yang bersangkutan.

Pada tahun 2020 tercatat 57 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai perusahaan *consumer goods* yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar 57 Perusahaan Consumer Goods pada tahun 2020 di BEI

No.	Kode	Nama Perusahaan	No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.	12	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	13	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	14	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
4	CBMF	Cahaya Bintang Medan Tbk.	15	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.
5	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	16	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
6	CINT	Chitose Internasional Tbk.	17	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
7	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	18	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.
8	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	19	INAF	Indofarma (Persero) Tbk.
9	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	20	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
10	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	21	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk.
11	DVLA	Darya-Varia	22	KAEF	Kimia Farma Tbk.

		Laboratoria Tbk.			
23	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	39	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
24	GGRM	Gudang Garam Tbk.	40	MBTO	Martina Berto Tbk.
25	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	41	KINO	Kino Indonesia Tbk.
26	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	42	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
27	MERK	Merck Tbk.	43	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk.
28	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	44	STTP	Siantar Top Tbk.
29	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	45	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
30	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	46	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.
31	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.	47	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
32	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	48	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
33	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	49	SKLT	Sekar Laut Tbk.
34	MYOR	Mayora Indah Tbk.	50	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk.
35	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.	51	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
36	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	52	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
37	PEHA	Phapros Tbk.	53	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

38	PYFA	Pyridam Farma Tbk	54	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
55	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	57	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
56	WOOD	Integra Indocabinet Tbk.			

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Tabel diatas merupakan daftar 57 perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020, yang terdiri dari beberapa sub sektor antara lain industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, industri peralatan rumah tangga, dan industri lainnya. Saat ini, dapat dikatakan sektor *consumer goods* mempunyai prospek yang menjanjikan dan menarik bagi investor kedepannya. Hal ini disebabkan karena produk-produk yang dihasilkan selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Selain itu juga, didukung oleh data yang dikeluarkan oleh OJK pada tahun 2020 menunjukkan bahwa perdagangan saham sektoral, sektor *consumer goods* berada di posisi kedua dengan kapitalisasi pasar sebesar 18,03 % dibawah industri keuangan sebesar 35,33 %. Tentu hal ini memberikan peluang bagi para investor untuk melakukan investasi di bidang industri *consumer goods*. Selain itu juga hal ini menunjukkan bahwa peran industri *consumer goods* mempunyai posisi yang dominan dalam perekonomian di Indonesia.

Besarnya rata-rata ketiga variabel independen (CR, DER, dan ROA) dan variabel dependen (Tobins'Q) pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Rata-rata CR, DER, ROA dan Tob Tobins'Q Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Pada tahun 2018-2020.

Variabel	Nilai Perusahaan		
	2018	2019	2020
<i>Current Ratio (CR)</i>	3,11	3,36	3,33
<i>Debt to Equity Ratio (DER)</i>	0,73	0,79	0,85
<i>Return on Assets (ROA)</i>	0,15	0,12	0,09
<i>Tobins'Q</i>	2,89	2,08	2,65

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2022

Berdasarkan data tabel 1.2 diatas diketahui terjadi fenomena *gap* yaitu adanya perbedaan data yang ada pada 26 perusahaan *consumer goods* yang dijadikan sampel dalam penelitian ini periode 2018-2020 yang ditandai dengan adanya ketidakkonsistenan hubungan antar data. Pada tahun 2019 CR mengalami peningkatan tetapi Tobins'Q mengalami penurunan. Sedangkan ditahun 2020 CR mengalami penurunan tetapi justru Tobins'Q mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang tidak konsisten antara CR dengan Tobins'Q.

Pada tahun 2019 DER mengalami peningkatan tetapi Tobins'Q mengalami penurunan. Pada tahun 2020 DER mengalami peningkatan menjadi 0,85 begitu juga dengan variabel Tobins'Q mengalami hal yang sama yaitu naik menjadi 2,65. Hal ini juga menunjukan bahwa pada tahun 2019 terdapat hubungan yang tidak konsisten antara DER dengan Tobins'Q.

Pada tahun 2019 ROA mengalami penurunan menjadi 0,12 dari 0,15 pada tahun 2018, diikuti dengan variabel Tobins'Q juga mengalami hal sama menjadi 2,08 dari 2,89 pada tahun 2018. Kemudian pada tahun 2020 ROA mengalami penurunan kembali menjadi 0,09 dari 0,12 pada tahun 2019,

tetapi Tobins'Q justru mengalami peningkatan dari 2,08 pada tahun 2019 menjadi 2,65 pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang tidak konsisten antara ROA dengan Tobins'Q.

Kondisi perusahaan inilah yang menarik untuk diteliti. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel CR, DER dan ROA terhadap Tobins'Q di Perusahaan Indonesia, maka dalam penelitian ini mengambil kasus pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada sejumlah perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia dengan Judul **“Analisis Pengaruh *Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 - 2020”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020?
4. Apakah *Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018–2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018–2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018–2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Likuiditas*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018–2020.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh dari *Likuiditas*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu, memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian yang sejenis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi para investor untuk membantu proses pengambilan keputusan dalam melakukan investasi pada industri *Consumer Goods* di Indonesia sehingga para investor dapat memilih saham mana yang akan diambil pada tingkat return tertentu dalam suatu perusahaan.

1.5. Ruang Lingkup Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penulisan ini terbatas pada *Likuiditas*, *Leverage*, dan *Profitabilitas* dalam hubungannya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020, yang dikaji secara serempak dari seluruh variabel, maupun secara parsial dari masing-masing variabel tersebut.

1.6. Organisasi/Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini ditulis dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bab pendahuluan ini pada dasarnya memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup batasan peneltian, dan organisasi/ sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, bab tinjauan pustaka memuat dua hal pokok, yaitu deskripsi teoritis tentang obyek (variabel) yang akan diteliti dan kesimpulan tentang kajian berupa argumentasi atas hipotesis yang telah diajukan.

BAB III Metode Penelitian, pokok-pokok bahasan dalam metode penelitian ini berisi tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN, bab ini berisi pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, pada bab ini memuat tiga hal pokok, yaitu kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1. Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Perusahaan sebagai lembaga ekonomi memiliki tujuan jangka panjang yang ingin dicapai yaitu untuk bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan (Tunggul dan Eka, 2021). Nilai perusahaan berperan penting dalam menunjukkan kemakmuran pemegang saham dalam perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham dan nilai perusahaan juga tinggi. (I Ketut Suardana, 2020). Menurut Sudiani & Darmayanti (2016) nilai perusahaan adalah cerminan sesungguhnya nilai aset perusahaan yang berasal dari harga pasar saham yang terbentuk dari transaksi diantara pembeli dan penjual. Sedangkan menurut Triyuwono, dkk (2020) nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi akan *value* sebuah perusahaan publik dalam pasar.

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap peluang perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Rahmawati, 2020). Semakin tinggi harga saham, semakin sejahtera pemegang saham karena perusahaan memiliki kinerja dan prospek kedepan yang baik. Dengan demikian banyak investor yang berinvestasi di perusahaan akibatnya mendorong permintaan dan harga saham yang tinggi sehingga mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

2.1.1.2 Fungsi Nilai Suatu Perusahaan

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain :

1. Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar dipasar saham. Nilai ini hanya bias ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai *intrinsik* merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai *riil* suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai *intrinsik* ini bukan sekedar harga dari sekumpulan *asset*, 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 *likuidasi* adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai *likuidasi* bias dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

Menurut Raharja (2021) dilansir dari situs ekrut.com terdapat beberapa fungsi dari nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan harga saham.
2. Meningkatkan kemakmuran pemegang saham.
3. Menjadi tolok ukur atas prestasi kerja para manajer.
4. Mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara umum.

5. Mempertegas okupasi pasar terhadap produk perusahaan.
6. Membantu proyeksi keuntungan di masa mendatang.

2.1.1.3 Aspek Nilai-Nilai Perusahaan

Menurut Raharja (2021) dilansir dari situs ekrut.com bahwa proses pemberian nilai perusahaan merupakan sebuah proses analitis untuk menentukan nilai aset atau perusahaan yang sedang beroperasi maupun proyeksi ke depannya. Terdapat beberapa aspek yang berkaitan dengan nilai suatu perusahaan yaitu:

1. *Company size*, ukuran perusahaan merupakan faktor nilai perusahaan yang paling umum digunakan dalam analisis. Semakin besar bisnis suatu perusahaan maka semakin tinggi penilaiannya. Selaras dengan menurut Novari dan Lestari (2016) bahwa ukuran perusahaan yang besar akan memberikan kemudahan dalam memasuki pasar modal karena dianggap memiliki pertumbuhan yang besar sehingga akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya.
2. Profitabilitas, seperti telah disinggung sebelumnya, profitabilitas merupakan salah satu aspek analisis nilai perusahaan yang penting. Sebabnya, profitabilitas dapat menentukan margin keuntungan suatu bisnis perusahaan ke depan.
3. *Growth rate and market traction*, analisis terhadap nilai perusahaan secara garis besar memang dilihat dari keberhasilan manajemen untuk mampu menjual dan mendapatkan untung sebesar-besarnya di pasaran. Menurut Novitasari dan Krisnando (2021) bahwa pertumbuhan perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang berkembang, sehingga jika investasi dilakukan dengan tepat, maka pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan laba dimasa depan.

4. Keunggulan kompetitif, seperti umumnya bisnis, aspek keunggulan juga dipakai dalam menentukan nilai perusahaan. Namun lebih daripada itu, aspek keunggulan kompetitif yang dimaksud adalah keunggulan berkelanjutan yang membuat pelanggan dapat membedakan produk dari suatu perusahaan dengan produk dari perusahaan lain.
5. Potensi pertumbuhan, adanya proyeksi keuntungan juga umumnya berdampak lurus terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Hal ini merupakan salah satu aspek penting yang membuat nilai perusahaan menjadi tinggi.

2.1.1.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Raharja (2021) beberapa indikator yang dipakai dalam proses penentuan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Catatan keuangan, indikator utama yang dilihat dalam proses penentuan nilai perusahaan adalah catatan keuangan perusahaan. Hal ini tentunya mencakup pendapat hingga biaya dan utang. Untuk itu, setiap perusahaan diharapkan memiliki catatan keuangan yang rinci dan terdokumentasikan dengan baik. Selaras menurut Fatmasari, dkk (2016) bahwa penggunaan informasi mengenai keuangan sebagai dasar pertimbangan investor apakah investasi yang dilakukan nantinya akan mendapatkan keuntungan atau sebaliknya.
2. *Management experience*, indikator lain dari penentuan nilai perusahaan terdapat pada sektor sumber daya manusia, khususnya pihak manajemen. Setiap manajer dengan catatan sukses atau pengalaman positif akan memengaruhi nilai perusahaan.
3. Kondisi pasar, indikator eksternal dari proses penentuan nilai perusahaan sudah tentu adalah kondisi pasar. Keadaan ekonomi dan seluruh

kompleksitasnya berpengaruh pada hal ini. Sektor ini meliputi tingkat suku bunga hingga gaji karyawan yang diperhitungkan secara umum. Perekonomian yang berkembang pesat dapat meningkatkan permintaan akan produk dan layanan tertentu. Jika kondisi pasar stagnan untuk pergerakan suatu produk maka perusahaan bisa saja mendapat penurunan nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya. Dimana menurut Yanto dan, dkk (2014) bahwa jika keadaan pasar modal mengalami efisiensi sempurna maka memudahkan perusahaan dalam memperoleh dana untuk menjalankan kegiatan operasional dan investasi dari pasar modal melalui penerbitan saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut.

4. Aset perusahaan, indikator lain yang digunakan dalam proses penentuan nilai perusahaan adalah aset perusahaan. Aset terdiri dari aset berwujud dan tak berwujud. Aset berwujud umumnya meliputi tempat usaha, peralatan, kendaraan, dan berbagai aset fisik yang menunjang operasional perusahaan. Sedangkan, aset tak berwujud meliputi reputasi, merek dagang, dan relasi bisnis dengan pelanggan. Sesuai menurut Putri dan Asyik (2019) bahwa semakin banyak aset tetap yang dimiliki perusahaan menunjukkan perusahaan mempunyai jaminan yang cukup nyata, sehingga pinjaman akan ditingkatkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dan berdampak pada penilaian investor dan nilai perusahaan meningkat.

5. *Price Earning Ratio (PER)*

Menurut Nopiyanti dan Darmayanti (2016). *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara harga penutupan (*Closing Price*) dengan

laba per lembar saham (*Earning per Share*) perusahaan. *Price earning ratio* dapat diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Penutupan Saham}}{EPS}$$

Keterangan :

EPS : *Earning Per Share* adalah pendapatan atau laba perusahaan dalam setahun.

6. *Price Book Value (PBV)*

Menurut Pasaribu, dkk (2016) bahwa PBV merupakan perbandingan antara harga saham saat penutupan dengan nilai buku saham. Metode penghitungan nilai perusahaan ini bisa menghasilkan nilai baik jika suatu perusahaan memiliki manajemen yang mumpuni.

Manajemen atau pengelolaan perusahaan yang efisien dan efektif memungkinkan setidaknya PBV dalam setahun bernilai 1 atau lebih dari nilai buku, kondisi ini disebut *overvalued*. Sedangkan, jika nilai PBV kurang dari 1 maka dipastikan bahwa harga saham lebih rendah dari nilai buku perusahaan tersebut atau disebut *undervalued*. Nilai PBV yang rendah umumnya menandakan adanya penurunan kinerja dari perusahaan tersebut. Menurut Harmono (2014) dalam Pasaribu, dkk (2016) PBV dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Closing Price}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

7. Tobins'Q

Pada penelitian ini, nilai perusahaan dihitung menggunakan Rasio Tobins'Q. Tobins'Q adalah suatu teknik yang digunakan dalam menghitung nilai suatu perusahaan (Faisal dan Yulianto, 2020). Tobins'Q dapat difenisikan sebagai perbandingan antara *market value* dengan aset

dan *liabilitas*. Menurut Rahmawati dan Putri (2020) penggunaan rasio Tobins'Q mampu menunjukkan estimasi pasar dan memberikan informasi yang rasional, karena menyertakan seluruh aset perusahaan.

Tobins'Q < 1 menunjukkan bahwa nilai buku terhadap aset perusahaan akan lebih besar dibandingkan nilai pasar pada perusahaan tersebut sehingga keadaan perusahaan termasuk dalam kategori *undervalued*. Tobins'Q > 1 menunjukkan bahwa nilai pasar lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku aset, maka nilai perusahaan lebih dari sekedar nilai asetnya (*overvalued*). Tobins'Q = 1 mengindikasikan bahwa angka pada nilai perusahaan sama besar dengan angka pada nilai buku aset, sehingga menunjukkan perusahaan termasuk kedalam kondisi *average* (Firmansyah dkk, 2021).

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan Tobins'Q. Rasio ini merupakan rasio yang mendefinisikan nilai perusahaan sebagai bentuk nilai kombinasi antara aset berwujud dan aset tak berwujud. Penilaian Tobins'Q dihitung menggunakan nilai terendah antara 0 hingga 1 dan diatas 1, semakin besar nilai Tobins'Q maka semakin bagus nilai perusahaan tersebut. Penghitungan Tobins'Q dilakukan dengan menggunakan rumus (Sinhudiptha dan Yasa, 2013):

$$\text{Tobins'Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{TA}}$$

Dimana :

MVE = Nilai Pasar *ekuitas* (*closing price* x jumlah saham yang beredar)

DEBT = Nilai buku dari total hutang (Kewajiban jangka pendek + kewajiban jangka panjang)

TA = Total Aktiva

Tobins'Q mempunyai beberapa keunggulan antara lain :

1. Tobins'Q dapat mencerminkan *intellectual capital* perusahaan
2. Tobins'Q memberikan standar yang konsisten untuk semua perusahaan. Tobins'Q dapat diperbandingkan antara perusahaan-perusahaan yang sejenis sebagai petunjuk adanya *under* atau *over valuation*.
3. Tobins'Q mampu mencerminkan nilai aset (aktiva) perusahaan secara komprehensif.

2.1.1.5 Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Rachman (2016), nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

a. Rasio Likuiditas

Rasio *Likuiditas* menunjukkan hubungan antara kas dengan aset lancar dan kewajiban lancar perusahaan lainnya. Perusahaan dapat dikatakan *likuid* apabila perusahaan tersebut mampu membayar utangnya ketika utang tersebut telah jatuh tempo. Semakin perusahaan *likuid* maka perusahaan tersebut mampu membayar kewajibannya sehingga investor tertarik untuk membeli saham dan harga saham akan bergerak naik. Dengan demikian nilai perusahaan akan meningkat.

b. Rasio Manajemen Aset

Rasio manajemen aset mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya. Rasio ini menggambarkan jumlah aset terlihat wajar, terlalu tinggi, atau terlalu rendah jika dilihat dari sisi penjualan. Jika perusahaan memiliki terlalu banyak aset maka biaya modalnya terlalu tinggi dan labanya akan tertekan. Di lain pihak jika aset terlalu rendah maka penjualan yang menguntungkan akan hilang.

c. Rasio Manajemen Utang (*Leverage*)

Rasio ini mengukur sejauh mana perusahaan mendanai usahanya dengan membandingkan antara dana sendiri dengan dana pinjaman dari kreditur. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko kecil apabila kondisi perekonomian menurun, tetapi sebaliknya apabila kondisi perekonomian sedang naik perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang relatif besar. Keputusan dengan penggunaan leverage harus dipertimbangkan dengan saksama antara kemungkinan risiko dengan tingkat keuntungan yang akan diperoleh.

d. Rasio Profitabilitas

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Rasio ini lebih dinikmati oleh para pemegang saham dan manajemen perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi.

Sementara menurut Raharja (2021), terdapat 6 faktor yang memengaruhi nilai perusahaan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Saham.

Saham adalah modal utama perusahaan yang berperan penting pada pendirian dan operasional perusahaan secara umum. Faktor ini merupakan hal utama yang memengaruhi nilai perusahaan karena perkembangan dan keberhasilan perusahaan di pasar dapat bergantung pada besaran modal yang didapat dari tiap lembar saham terjual. Sesuai menurut Wijaya (2014) menyatakan bahwa besarnya suatu nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang stabil dan mengalami

kenaikan jangka panjang sehingga semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2. Pertumbuhan perusahaan

Jika suatu perusahaan dapat bertumbuh dan bersaing secara dinamis dari waktu ke waktu, bisa dimungkinkan nilai perusahaan juga akan ikut bertumbuh. Sebaliknya, jika suatu perusahaan tidak mampu membuat terobosan atau strategi tertentu untuk membuat produknya menguasai pasar maka tingkat kepercayaan pelanggan dan investor akan turun. Hal ini tentu saja akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan secara khusus. Menurut Sari dan Abundanti (2014) perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil sehingga pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan mendapatkan keuntungan dan citra positif.

3. Kebijakan utang

Jika suatu perusahaan ingin mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaannya, maka perusahaan tersebut harus menentukan kebijakan utang yang tetap dapat diatasi atau memiliki rasio dengan probabilitas tinggi pada tahap pembayarannya.

4. Kebijakan Dividen

Dividen atau besaran pendapatan perusahaan yang dibagikan pada pemilik saham menjadi penting untuk dirasionalisasikan setiap tahunnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi proses ketidakseimbangan antara kesejahteraan investor dengan stabilitas finansial perusahaan. Kebijakan dividen. Menurut Sembiring dan Trisnawati (2019) pembayaran dividen yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor sehingga secara tidak langsung memengaruhi peningkatan nilai

perusahaan, hal ini disebabkan ketika pembayaran dividen tinggi maka akan memengaruhi harga saham yang naik dan berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.

5. Skala perusahaan

Skala perusahaan atau company size juga merupakan faktor yang memengaruhi nilai perusahaan secara khusus. Skala perusahaan masuk dalam indikator yang dipakai dalam penentuan nilai perusahaan karena ukuran dapat menentukan besaran uang yang tersebar dalam suatu perusahaan. Menurut Novari dan Lestari (2016) ukuran perusahaan yang besar menggambarkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar sehingga mempermudah dalam memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya.

6. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Menurut Nopiyanti dan Darmayanti (2016) bahwa tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan ditentukan dari seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba atau tingkat profitabilitasnya. Setiap perusahaan harus memiliki prioritas tinggi pada peningkatan laba perusahaan. Selain itu, laba yang didapat dalam satu tahun operasional perusahaan juga dituntut untuk mampu lebih besar daripada besaran pembiayaan operasional perusahaan dalam waktu yang sama.

2.1.2. Likuiditas

2.1.2.1 Pengertian *Likuiditas*

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh hutang jangka pendeknya (Chasanah dan Adhi, 2017). Menurut Lumoly, dkk (2018) *likuiditas* menggambarkan perusahaan untuk memenuhi

kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi pada saat ditagih untuk mempertahankan *likuiditasnya*.

Menurut Sumardi dan Suharyono (2020:12) Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sehingga mampu memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi, perusahaan tersebut adalah *likuid* dan sebaliknya perusahaan yang tidak mempunyai kekuatan membayar atas kewajiban finansialnya dikatakan perusahaan tersebut adalah *ilikuid*.

Tingkat *likuiditas* yang tinggi mencerminkan kecilnya resiko kegagalan perusahaan dalam melunasi kewajiban finansial jangka pendeknya pada kreditur (Erlina, 2018). Selain itu juga, tingkat *likuiditas* yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik sehingga akan meningkatkan permintaan saham dan tentunya akan menaikkan harga saham. Harga saham juga kemungkinan akan menurun jika investor menganggap perusahaan sudah terlalu tidak *likuid*, artinya ada aset yang tidak dimanfaatkan oleh perusahaan, dan tidak dimanfaatkannya aset tersebut akan menambah beban bagi perusahaan karena biaya biaya pemeliharaan dan penyimpanan harus tetap dibayar.

2.1.2.2 Tujuan *Likuiditas*

Menurut Kasmir (2012) dalam Agustiani (2019) berikut tujuan dari rasio likuditas yaitu:

a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan.

- b. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya, jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
- c. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
- d. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan
- e. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
- f. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
- g. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
- h. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
- i. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

2.1.2.3 Pengukuran *Likuiditas*

Perusahaan yang memiliki *likuiditas* yang baik maka dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini menjadi sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Putra dan Lestari, 2016). Pada Penelitian ini variabel *likuiditas* diukur menggunakan *Current ratio* yang merupakan salah satu rasio dari rasio *likuiditas* yang

menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan sejumlah aktiva lancar yang dimiliki perusahaan (Chasanah dan Adhi, 2018).

Menurut Kasmir (2013) dalam Arsita (2020), dalam mengukur likuiditas yang penting bukan besar kecilnya perbedaan aktiva lancar dengan hutang lancar melainkan harus dilihat pada hubungannya atau perbandingannya yang mencerminkan kemampuan mengembalikan hutang. Rata-rata standar industri untuk current ratio adalah 200% atau 2 kali

$$CR = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liability}}$$

2.1.3. Leverage

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Leverage sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dan dibandingkan dengan modal. Selain itu *leverage* menghitung seberapa jauh dana yang akan diberikan oleh kreditur kepada perusahaan, dan juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang dengan total aset perusahaan, jika investor melihat perusahaan dengan aset tinggi tetapi risiko *leverage* juga tinggi, maka perlu dilakukan analisis ulang untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena akan khawatir tentang aset tinggi yang diperoleh dari hutang yang meningkatkan risiko investasi jika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya.

Pengertian *leverage* yang dikemukakan oleh Setyabudi (2021) *leverage describes the company's ability to pay or fulfill its obligations with its own capital*. Sedangkan menurut Rudangga dan Sudiarto (2016) *leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan

operasional perusahaan. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan modal nya untuk membayar pemakaian utang dalam kegiatan operasional perusahaan tersebut.

Menurut Hayat, dkk (2021:95) Ada dua alasan dibalik dampak *leverage* perusahaan:

(1) Karena bunga dapat menjadi pengurang pajak, penggunaan utang akan mengurangi kewajiban pajak dan menyisakan laba operasi yang lebih besar bagi investor perusahaan.

(2) Jika laba operasi sebagai persentase terhadap asset melebihi tingkat bunga atas utang seperti yang umumnya diharapkan, maka perusahaan dapat menggunakan utang untuk membeli *asset*, membayar bunga atas utang, dan masih mendapatkan sisanya sebagai bonus bagi pemegang saham.

2.1.3.2 Jenis *Leverage*

Didalam manajemen keuangan umumnya *leverage* ada dua macam, yaitu *leverage* operasi dan *leverage* keuangan. Penggunaan kedua *leverage* ini bertujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya. Jika perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih kecil dari biaya tetapnya maka akan menurunkan keuntungan pemegang saham perusahaan tersebut.

1. *Leverage* Operasi (*Operating Leverage*)

Menurut Hidayat dan Galib (2019) *leverage* operasi adalah keputusan manajemen dalam menentukan kombinasi aset perusahaan yang tercermin dari struktur biaya perusahaan. Dalam *leverage* operasi,

penggunaan aset dengan biaya tetap mengharapkan pendapatan yang diperoleh mampu menutupi biaya tetap dan biaya variabel.

2. *Leverage* Keuangan (*Financial Leverage*)

Menurut Hidayat dan Galib (2019) *leverage* keuangan menggambarkan tingkat sumber dana hutang dalam struktur modal perusahaan. Pada *financial leverage*, penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap diharapkan dapat meningkatkan laba per saham.

Leverage yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan lebih sedikit hutang dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin sedikit hutang yang dimiliki perusahaan maka investor akan berpikir dalam memberikan pendanaan kepada perusahaan karena keuntungan perusahaan akan diperoleh yang akan lebih banyak digunakan untuk *dividen* dan akan sangat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki hutang lebih besar dari *ekuitas* dikatakan perusahaan dengan tingkat yang tinggi manfaat.

2.1.3.3 Tujuan *Leverage*

Menurut (Damayanti, 2019), berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* :

1. Untuk mengetahui posisi perubahan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang.

5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

2.1.3.4 Pengukuran *Leverage*

Leverage dalam penelitian ini menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio antara total hutang dan total *ekuitas* yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Kurnia (2017) semakin kecil DER maka semakin baik kemampuan suatu perusahaan dalam bertahan dalam kondisi yang buruk.

Menurut Kasmir (2013) dalam Arsita (2020), Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rata-rata standar industri untuk *debt to equity ratio* adalah 80%. DER dapat dirumuskan sebagai berikut (Christiani dan Herawaty, 2019):

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Dimana :

Total Hutang = hutang lancar + hutang tidak lancar

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian *Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk menarik investor. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau pendapatan selama satu tahun yang dinyatakan

dalam perbandingan antara laba usaha dan penjualan dari tahun ke tahun yang terlihat dari laporan laba rugi akhir. Menurut Hasiara (2015:73) profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari investasi yang dilakukan selama satu tahun. Laba yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang sangat baik, yang tentunya akan menarik investor dalam hal menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Sementara menurut Khumairoh dan Suprihhadi (2021) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkaitan dengan penjualan, total asset, dan modal sendiri. Selaras menurut Febriani dan Priyadi (2021) profitabilitas merupakan upaya yang dilakukan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

Dari kedua definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah capaian yang didapat oleh perusahaan dalam periode tertentu yang diperoleh dengan menggunakan semua kemampuan baik itu modal perusahaan atau aktiva.

2.1.4.2 Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015) dalam Indra Hendiawan (2020) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan adalah:

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 produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
7. dan tujuan lainnya.

2.1.4.3 Pengukuran *Profitabilitas*

Cara dalam hal menilai profitabilitas suatu perusahaan bermacam-macam sehingga tidak heran jika ada beberapa perusahaan yang berbeda dalam menghitung profitabilitasnya, tetapi yang terpenting adalah profitabilitas mana yang akan digunakan sebagai alat pengukur efisiensi penggunaan modal dalam perusahaan yang bersangkutan.

Dalam penelitian profitabilitas diukur menggunakan rasio *return on Asset* (ROA), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk memperoleh laba. Nilai rasio ROA membantu manajemen untuk menentukan kebijakan dan strategi perusahaan terkait pengembangan usaha kedepannya (Febriani dan Priyadi, 2021).

Menurut Kasmir (2008) dalam Alfalah (2019) Rata-rata standar industri untuk *return on Asset* (ROA), adalah 30%. Menurut Dhani dan Utama (2017) ROA dihitung sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$$

Dimana:

EAT = *Earning After Tax*

2.2 Tinjauan Empirik

Dalam melakukan suatu penelitian, perlu adanya jurnal penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dan referensi dalam membuat penelitian.

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang menguji tentang nilai perusahaan yang dihubungkan dengan berbagai variabel independen.

Penelitian itu dilakukan oleh:

Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1. Ndruru, dkk (2020)	Meneliti <i>likuiditas, leverage, dan profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode 2015-2017. Hasil dari penelitian ini menunjukkan parsial <i>likuiditas (Current Ratio)</i> tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2015-2017. <i>Leverage (Debt to Equity Ratio)</i> tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2015-2017. <i>Profitabilitas (Return On Assets)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2015-2017.
2. Tanjung dan Fuadati (2020)	Meneliti <i>likuiditas, leverage, dan profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan pada sub sektor semen yang terdaftar di BEI untuk periode 2009-2018. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan <i>likuiditas</i> yang diprosikan dengan <i>Current Ratio (CR)</i> berpengaruh

	<p>positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> yang diukur menggunakan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diukur menggunakan <i>Return on Assets</i> (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
<p>3. Oktaviarni, dkk (2019)</p>	<p>Meneliti profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan sektor real estate, properti, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diproksikan dengan <i>Return on Assets</i> (ROA), likuiditas yang diproksikan dengan <i>Current Ratio</i> (CR), kebijakan dividen yang diproksikan dengan <i>Dividend Payout Ratio</i> (DPR), dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage yang diproksikan dengan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>

4. Putri dan Ukhriyawati (2016)	<p>Meneliti <i>likuiditas</i>, <i>leverage</i>, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2014. Hasil dari penelitian ini menunjukkan <i>likuiditas</i> yang diukur menggunakan <i>Current Ratio</i> (CR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh <i>Price Book Value</i> (PBV) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2014. <i>Leverage</i> yang diukur menggunakan <i>Debt to Assets Ratio</i> (DAR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh <i>Price Book Value</i> (PBV) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2014. Profitabilitas yang diukur menggunakan <i>Return on Assets</i> (ROA) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh <i>Price Book Value</i> (PBV). Secara simultan <i>Current Ratio</i> (CR), <i>Debt to Assets Ratio</i> (DAR), dan <i>Return on Assets</i> (ROA) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh <i>Price Book Value</i> (PBV) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2014.</p>
---------------------------------	--

5. Rudangga dan Sudiarta (2016)	Meneliti ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Sementara <i>leverage</i> dan profitabilitas juga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di BEI periode 2011-2014.
6. Adelina, dkk (2014)	Meneliti <i>likuiditas</i> , <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Hasil penelitian menunjukkan Tidak terdapat pengaruh variabel <i>likuiditas (Current Ratio)</i> terhadap nilai perusahaan. Tidak terdapat pengaruh variabel <i>Leverage (Debt to Equity Ratio)</i> terhadap nilai perusahaan. Terdapat pengaruh variabel Profitabilitas (<i>Return on Equity</i>) terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya nilai <i>adjusted R2</i> diperoleh

	<p>sebesar 0,315. 4) Hal ini berarti bahwa hanya 31,5% variasi variabel dependen yaitu Tobins Q (nilai perusahaan) dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen yaitu <i>Current Ratio</i>, <i>Debt to Equity Ratio</i>, dan <i>Return on Equity</i>, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.</p>
7. Basri, dkk (2014)	<p>Meneliti Rasio Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Dengan menggunakan sampel perusahaan Pada Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tidak terdapat pengaruh variabel Likuiditas (<i>Current Ratio</i>), variabel Leverage (<i>Debt to Equity Ratio</i>) terhadap nilai perusahaan. Sementara Terdapat pengaruh variabel Profitabilitas (<i>Return on Equity</i>) terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya nilai adjusted R² diperoleh sebesar 0,315. Hal ini berarti bahwa hanya 31,5% variasi variabel dependen yaitu Tobins Q (nilai perusahaan) dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen yaitu <i>Current Ratio</i>, <i>Debt to Equity Ratio</i>, dan <i>Return on Equity</i>, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.</p>

Sumber : Diolah dari berbagai sumber (2022)

2.3 Kerangka Pemikiran

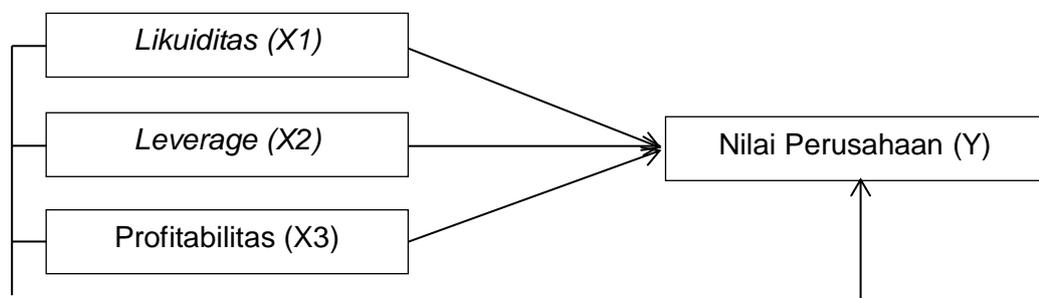
Kerangka pemikiran adalah suatu alur logika dalam berpikir mengenai pola pikir peneliti dengan menggabungkan antara teori atau konsep dengan fenomena yang ingin diteliti. Kerangka pikiran dalam penelitian ini yaitu:

Likuiditas dapat diartikan membandingkan antara uang tunai atau aktiva lancar dengan kewajiban atau hutang lancar (Suharyono dan Sumardi, 2020:8). *Likuiditas* dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin tinggi tingkat *likuiditas* dari suatu perusahaan tentu menjadi sinyal positif bahwa perusahaan tersebut dapat dikatakan sehat secara keuangan dan dengan resiko kerugian yang kecil pula. *Likuiditas* yang tinggi menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut dan nilai perusahaan pun akan meningkat.

Leverage adalah suatu cara untuk melihat bagaimana perusahaan dalam pendanaan aset dari hutang dan kemampuan dalam membayar utang. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* keuangan yang tinggi maka menunjukkan semakin tingginya resiko ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya sehingga perusahaan cenderung akan memperlihatkan kinerja yang baik guna memberikan kepercayaan kepada kreditur akan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya. Dengan menggunakan *leverage*, nilai suatu perusahaan akan meningkat karena adanya manfaat perlindungan dari pajak. Hal ini karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan hutang yang tinggi dapat menghemat pajak dimana bunga yang

dikenakan akibat penggunaan hutang harus dikurangkan dahulu, sehingga perusahaan mendapatkan keringanan pajak.

Nilai perusahaan juga salah satunya dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan. Profitabilitas dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi membuat sahamnya diminati oleh investor sehingga profitabilitas dapat memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan pembahasan di atas maka model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Sodik dan Siyoto (2015:56) hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya terhadap masalah yang akan diteliti. Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran di atas dan untuk menjawab identifikasi masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Likuiditas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai dengan 2020.

2. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai dengan 2020.
3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai dengan 2020.
4. *Likuiditas*, *Leverage* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai dengan 2020.