

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2023**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Dilla Mei Dina**

**NPM : 4120600137**

Diajukan Kepada :

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**



**PENGARUH PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2023**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh :

**Dilla Mei Dina**

**NPM : 4120600137**

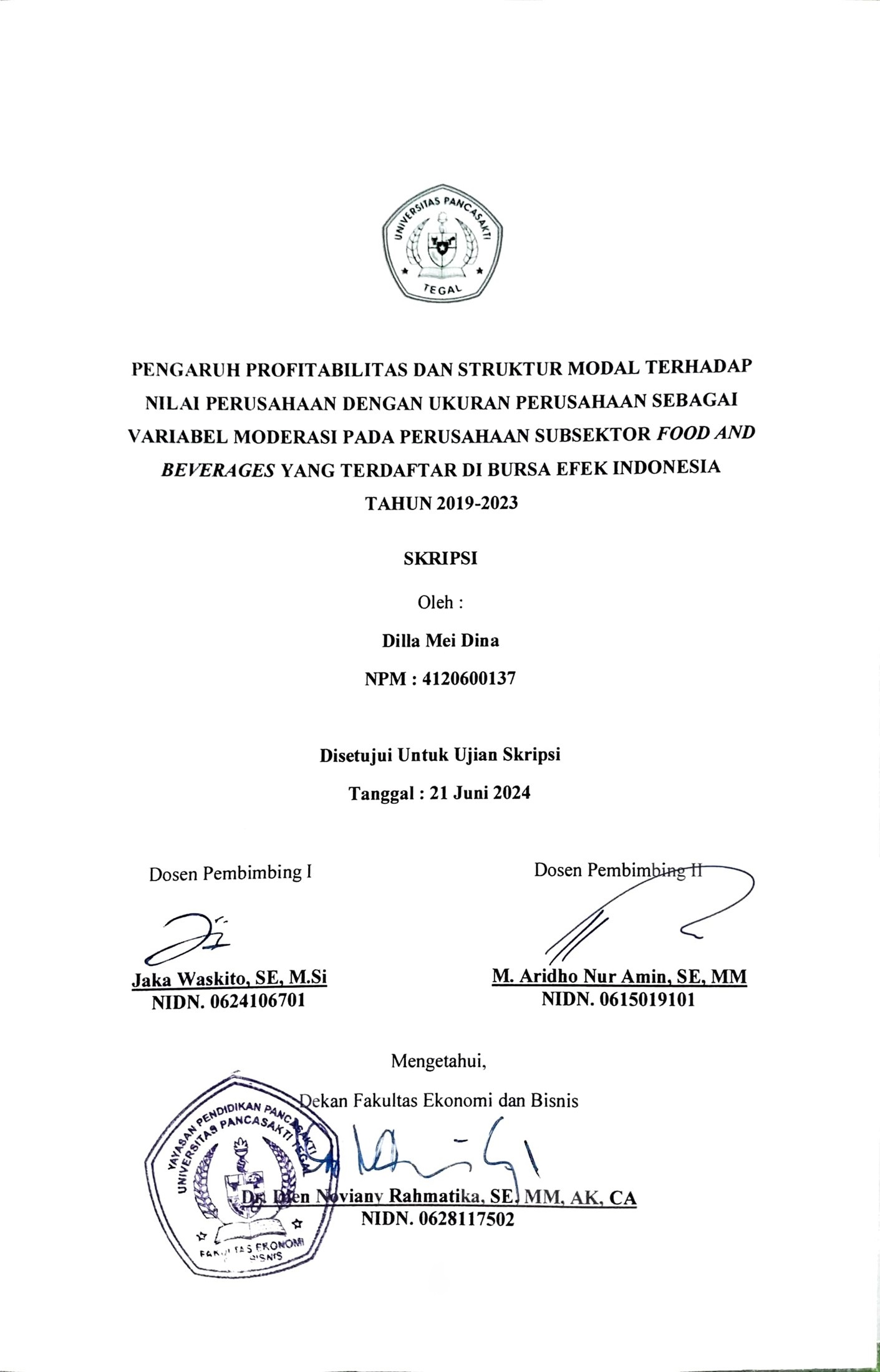
Diajukan Kepada :

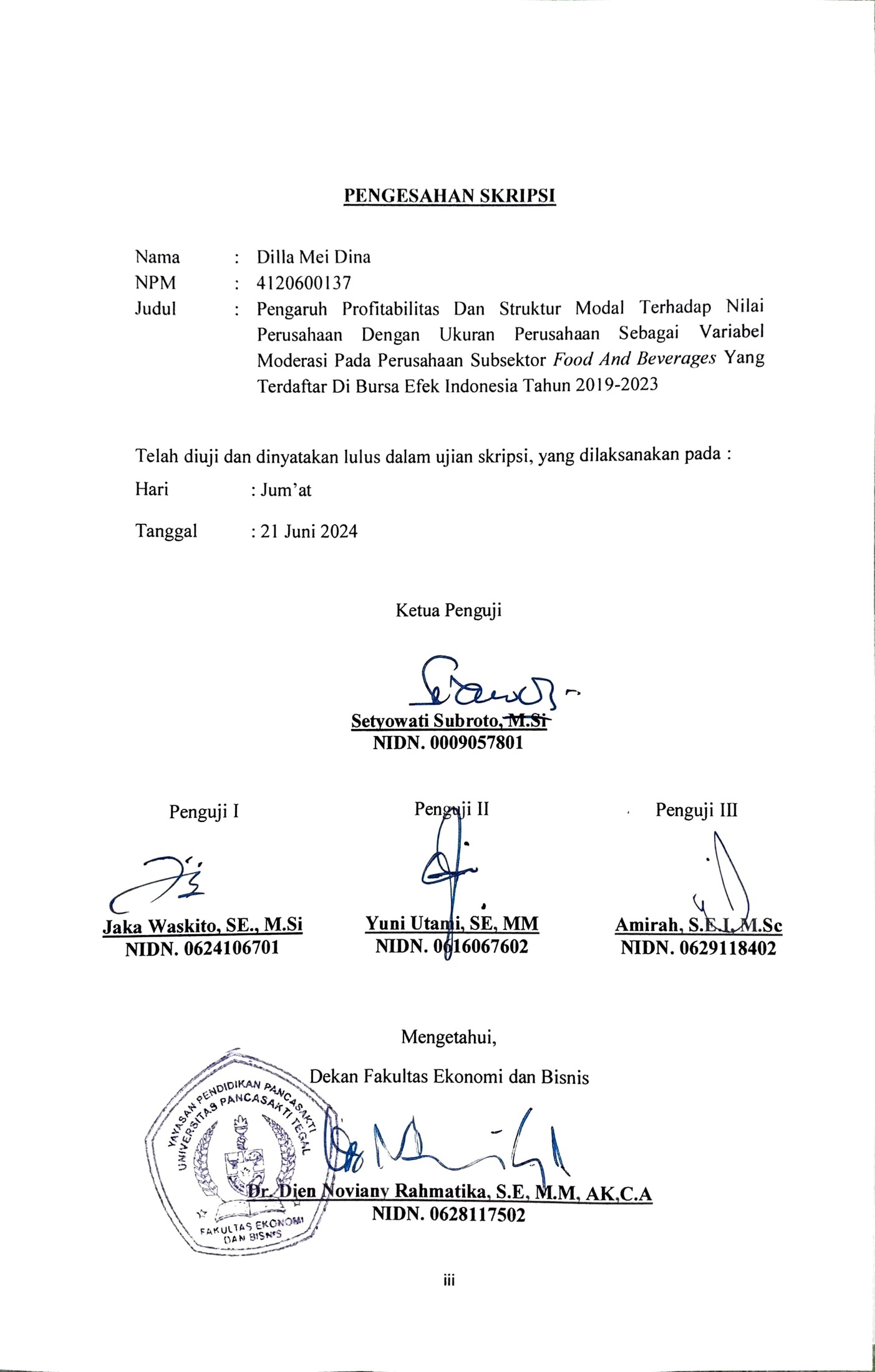
**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**

****



**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**MOTTO**

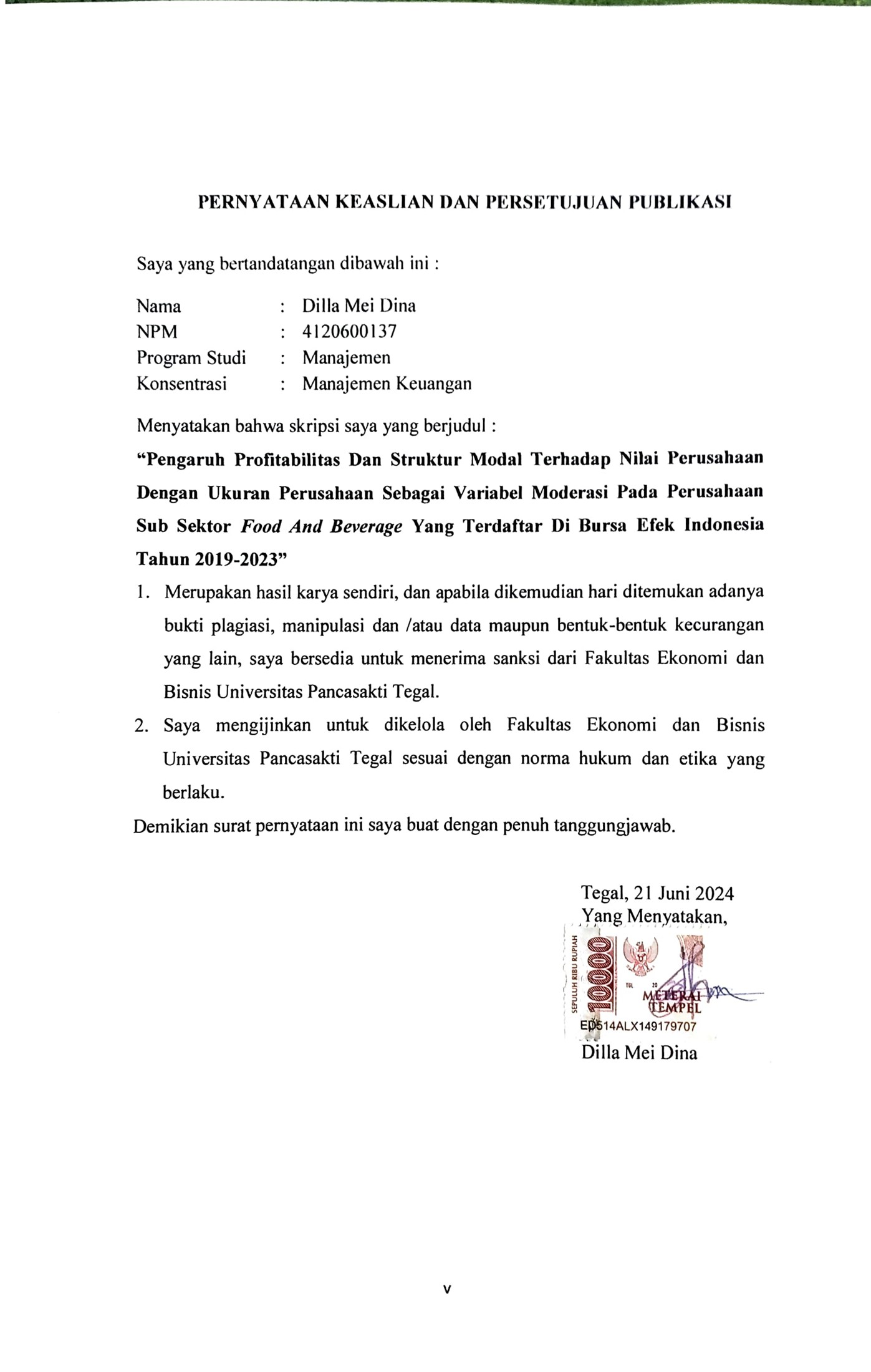
*“involve Allah SWT in every step you take and your path will be made easier, because Allah SWT is always with his servants who include him in every prayer and step”*

“Terkadang kita merasa tidak mampu untuk melakukan sesuatu, padahal ketika kita yakin dan terus berusaha maka segala kemudahan akan menghampiri kita”

**PERSEMBAHAN**

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Karsidin dan Ibu Sri Atun yang tiada henti memberikan doa, perhatian, kasih sayang, semangat dan nasehat yang begitu berarti bagi saya.
2. Keluarga saya khususnya kakak-kakakku yang senantiasa memberikan motivasinya dan selalu memberikan dukungan moril bagi saya.
3. Mutafaul sebagai teman hidup saya yang selalu memberikan dukungan penuh dan menemani saya dalam mencapai impian serta selalu meyakinkan saya bahwa saya bisa melewati segala ujian yang ada didepan.
4. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu yang telah memberikan motivasi bagi saya.
5. Almamaterku Universitas Pancasakti Tegal.



***ABSTRACT***

***Dilla Mei Dina, 2024, The Influence Of Profitability And Capital Structure On Company Value With Company Size As A Moderation Variable In Food And Beverages Sub Sector Companies Listed On The Indonesian Stock Exchange In 2019-2023***

*The research aims to determine the effect of profitability and capital structure on company value with company size as a moderating variable.*

*The population in this research is food and beverage subsector companies listed on the Indonesian stock exchange in 2019-2023. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 16 companies. The data analysis methods used are descriptive statistical analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and Moderated Regression Analysis (MRA) using the SPSS version 22 program.*

*From the research conducted, it was found that the perspective of the rise and fall of profitability and capital structure can increase company value. Company size moderates (strengthens) the profitability relationship, where the influence of profitability on company value is stronger at high levels of company size. And company size moderates (strengthens) the relationship between capital structure and company value, where the influence of capital structure on company value is stronger at high levels of company size.*

*From this research it can be concluded that profitability influences company value, capital structure influences company value, company size can moderate the influence of profitability on company value, and company size can moderate the influence of capital structure on company value.*

***Keywords : company value, profitability, capital structure, company size***

**ABSTRAK**

**Dilla Mei Dina, 2024, Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 16 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) menggunakan program SPSS versi 22.

Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa perspektif naik turunnya profitabilitas dan struktur modal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi (memperkuat) hubungan profitabilitas, dimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan lebih kuat pada tingkat ukuran perusahaan yang tinggi. Serta ukuran perusahaan memoderasi (memperkuat) hubungann struktur modal terhadap nilai perusahaan, dimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan lebih kuat pada tingkat ukuran perusahaan yang tinggi.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci : nilai perusahaan, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Peneliti menyadari dalam penyusunan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M, AK, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Ira Maya Hapsari, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Jaka Waskito, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. M. Aridho Nur Amin, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memotivasi peneliti.

Kami menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka kami mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

|  |
| --- |
| Tegal, 21 Juni 2024 |
|  |
| Dilla Mei Dina |

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PENGUJI SKRIPSI iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR GRAFIK xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 6
3. Tujuan Penelitian 7
4. Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

1. Landasan Teori 10
2. Teori Sinyal 10
3. Nilai Perusahaan 17
4. Profitabilitas 24
5. Struktur Modal 32
6. Ukuran Perusahaan 40
7. Penelitian Terdahulu 46
8. Kerangka Pemikiran Konseptual 59
9. Hipotesis 63

BAB III METODE PENELITIAN 64

1. Jenis Penelitian 64
2. Populasi dan Sampel 64
3. Definisi Konseptual dan Operasionaliasasi Variabel 68
4. Metode Pengumpulan Data 70
5. Metode Analisis Data 71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 78

1. Gambaran Umum 78
2. Deskripsi Variabel Penelitian 87
3. Analisis Data 92
4. Pembahasan 104

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 112

1. Kesimpulan 112
2. Saran 113

DAFTAR PUSTAKA 114

DAFTAR LAMPIRAN 122

**DAFTAR TABEL**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tabel** | **Halaman** |

1. Penelitian Terdahulu 52
2. Populasi Penelitian 65
3. Pengambilan Sampel Perusahaan 66
4. Sampel Penelitian 67
5. Operasionalisasi Variabel 70
6. Uji Statistik Durbin-Watson (DW) 73
7. Data Perhitungan ROA Tahun 2019-2023 87
8. Data Perhitungan DER Tahun 2019-2023 88
9. Data Perhitungan PER Tahun 2019-2023 90
10. Data Perhitungan LN(Total Aset) Tahun 2019-2023 91
11. Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas 92
12. Analisis Statistik Deskriptif Struktur Modal 93
13. Analisis Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan 93
14. Analisis Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan 94
15. Uji Normalitas Residual One Sample Kolmogorov-Smirnov 95
16. Uji Multikolinearitas 96
17. Uji Autokorelasi 97
18. Uji Heterokedastisitas 98
19. Analisis Regresi Liinear Berganda 99
20. Uji t (Uji Statistik t) 101
21. Koefisien Determinasi 102
22. Uji Moderated Refression Analysis (MRA) 103

**DAFTAR GAMBAR**

|  |  |
| --- | --- |
| **Gambar** | **Halaman** |
|  |  |

1. Kerangka Pemikiran Konseptual 62

**DAFTAR GRAFIK**

|  |  |
| --- | --- |
| **Grafik** | **Halaman** |
|  |  |

1. Grafik Nilai Perusahaan (PER) 4

**DAFTAR LAMPIRAN**

|  |  |
| --- | --- |
| **Lampiran** | **Halaman** |

1. Data Penelitian 123
2. Output Pengolahan Data 134

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Perekonomian Indonesia tidak lepas dari konteks perekonomian internasional. Dimana perekonomian kini mendorong kompetisi yang sangat kompleks antar pelaku usaha khususnya dalam negeri untuk mencapai tujuan. Target pokok sebuah perusahaan yaitu dapat mengoptimalkan nilai perusahaan serta kesejahteraan para pemilik sahamnya (Sulistiana & Pranjoto, 2022). Dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi, maka kesejahteraan pemilik saham dapat terus meningkat. Keadaan ini menandakan bahwa nilai perusahaan bertumbuh seiring dengan meningkatnya harga saham (N. M. W. Sari et al., 2021).

Menurut Kasmir, (2019:8) harga pasar saham menjadi salah satu barometer bagi nilai suatu perusahaan. Tingginya harga saham dapat menambah kepercayaan calon investor akan kompetensi serta peluang masa depan perusahaan. Harga saham perusahaan terkait dapat digunakan untuk menentukan terpenuhi atau tidaknya target tersebut secara berkala. Nilai perusahaan secara alami akan meningkat seiring dengan peningkatan harga sahamnya (Widyantari & Yadnya, 2017). Dengan kata lain, peningkatan nilai perusahaan juga mampu menaikkan nilai saham dari segi harga dan pembayaran deviden. Pada riset ini *Price Earning Ratio* (PER) dipergunakan kaitannya dalam menaksir nilai perusahaan. Dimana proksi *Price Earning Ratio* (PER) digunakan untuk menilai prospek perusahaan dengan membandingankan nilai saham atas laba per saham (Sudana, 2015:26).

Menurut Kasmir, (2014:234) profitabilitas diperlukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba. Tingginya profitabilitas suatu perusahaan yang berhasil diciptakan mampu memengaruhi nilai perusahaan dengan mempertimbangkan laba yang dihasilkan perusahaan (Sulistiana & Pranjoto, 2022). Pada riset ini *Return On Assets* (ROA) diaplikasikan guna menaksir profitabilitas perusahaan. Dimana *Return On Assets* (ROA) dinilai mampu memberikan gambaran bagi perusahaan kaitannya dalam menciptakan profit guna pengembalian investasi yang telah dilakukan (Darminto, 2019:73).

Aspek selanjutnya yang mampu memberi dampak pada nilai suatu perusahaan yaitu struktur modal. Menurut Febrianti, (2012) perusahaan yang memanfaatkan hutang biasanya mengantongi nilai yang lebih tinggi apabila diperbandingkan perusahaan yang tidak memanfaatkan hutang. Beban hutang yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dapat meminimalkan beban pajak penghasilan dan menghasilkan lebih banyak uang dibandingkan dengan beban hutang yang lebih kecil. Hal tersebut disebabkan adanya persepsi jika perusahaan yang memiliki banyak hutang lebih optimis terhadap kesempatan dimasa depannya (Sintyana & Artini, 2019). Pada riset ini *Debt to Asset Ratio* (DER) diaplikasikan dalam menaksir struktur modal. Menurut Kasmir, (2014:229) *Debt to Asset Ratio* (DER) dapat memeriksa seberapa jauh perusahaan mampu mengelola assetnya menggunakan hutang yang dinyatakan dalam persentase.

Banyaknya aktiva yang dikantongi perusahaan mencerminkan besarnya ukuran perusahaan. Besarnya skala perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut dalam mengelola asetnya secara maksimal yang nantinya akan berimbas pada peningkatan nilai perusahaan. Keadaan tersebut ditunjukkan melalui banyaknya aset perusahaan yang semakin meningkat serta melebihi total liabilitas perusahaannya (Sulistiana & Pranjoto, 2022). Menurut Aji & Atun, (2019) besar kecilnya ukuran perusahaan berdampak pada hasil akhir. Pada riset ini, (LN) atas total aset diaplikasikan dalam menaksir skala atau ukuran perusahaan (Ayem & Ina, 2023). Ukuran perusahaan disini diaplikasikan sebagai variabel moderasi guna membuktikan apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat atau justru melemahkan dampak profitabilitas serta struktur modal akan nilai perusahaan (Mudjijah et al., 2019).

Perusahaan subsektor *food and beverage* yakni salah satu perusahaan yang sangat berpengaruh pada perekonomian dan menjadi andalan bagi keberlangsungan hidup manusia (Andriani & Rudianto, 2019). Dikutip dari (DataIndonesia.id) kinerja perusahaan subsektor *food and beverage* pada tahun 2019 berada pada persentase 7,78%. Pada tahun 2020 kinerja perusahaan menderita depresiasi sebesar 6,2% yang disebabkan adanya pandemi covid-19. Lantas pada tahun 2021 mendapati peningkatan sebesar 0,9% dan kembali meningkat secara pesat sebesar 2,36% pada tahun 2022 yang menunjukkan adanya kebangkitan pasca pandemi covid-19. Namun pada tahun 2023 kuartal II *food and beverage* kembali menghadapi penyusutan sebesar 0,71% atas kuartal sebelumnya, yang disebabkan karena adanya pergeseran pola pengeluaran konsumen yang lebih memilih mengeluarkan uang untuk berwisata dibangdingkan membeli makanan yang tergolong kebutuhan primer .

Sumber : Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id (2023)

**Grafik 1**

**Grafik Nilai Perusahaan**

**Subsektor *Food and Beverage* 2019-2023**

Bersumber pada grafik tersebut diketahui bahwa rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* ditahun 2019 sebesar 50,73%. Kemudian terjadi penurunan sebesar 35,93% pada tahun 2020 sebagai imbas adanya pandemi covid-19. Pada tahun 2021-2022 perusahaan sub sektor *food and beverage* berhasil menumbuhkan nilai perusahaan masing masing sebesar 12,92% pada tahun 2021 dan 2,03% pada tahun 2022 yang memperlihatkan adanya peningkatan produksi komoditas *food and beverage*. Namun pada tahun 2023 perusahaan *food and beverage* kembali mengalami penurunan nilai perusahaan yakni sebesar 14,42%. Hal ini menunjukkan adanya ketidakstabilan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan subsektor *food and beverage*.

Pada beberapa riset terdahulu dijumpai *research gap* didalamnya. Seperti riset yang dilaksanakan oleh Sulistiana & Pranjoto, (2022), Andriani & Rudianto, (2019), Rivandi & Petra, (2022), serta Nopianti & Suparno, (2021) memaparkan bahwasanya profitabilitas memberi impak bagi nilai perusahaan. Riset tersebut tidak searah dengan Yuniastri et al., (2019) yang memaparkan bahwasanya profitabilitas tidak memiliki impak bagi nilai perusahaan.

Riset Sulistiana & Pranjoto, (2022), Andriani & Rudianto, (2019), Sari et al., (2021), (Olii et al., 2021), Nopianti & Suparno, (2021), serta Mudjijah et al., (2019) memaparkan bahwasanya struktur modal memberi impak bagi nilai perusahaan. Hasil tersebut tidak sependapat dengan Rivandi & Petra, (2022) serta Yuniastri et al., (2019) yang menyebutkan jika struktur modal tidak memberi impak bagi nilai perusahaan.

Hasil riset Nur, (2019) serta (Mudjijah et al., 2019) menyajikan apabila ukuran perusahaan berhasil memperkuat dampak profitabilitas pada nilai perusahaan. Riset tersebut tidak searah dengan riset (Aji & Atun, 2019) yang menerangkan bahwasanya ukuran perusahaan tidak berhasil memperkuat dampak profitabilitas pada nilai perusahaan.

Hasil riset Ayem & Ina, (2023) memaparkan jika ukuran perusahaan berhasil memperkuat dampak struktur modal pada nilai perusahaan. Riset ini tidak sependapat dengan Mudjijah et al., (2019) memaparkan apabila ukuran perusahaan tidak berhasil memperkuat dampak struktur modal atas nilai perusahaan.

Riset ini bermaksud guna menelaah lebih lanjut perbedaan dari temuan tersebut dan mengkaji kembali aspek-aspek yang memengaruhi nilai perusahaan yang dirumuskan berlandasan riset sebelumnya. Harapannya riset ini mampu menjadi panduan untuk calon investor guna memilih perusahaan mana yang akan diinvestasikan berdasarkan faktor-faktor seperti profitabilitas dan struktur modal juga berhasil dibentuk sebagai rekomendasi pada riset selanjutnya. Riset ini dilaksanakan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023. Penentuan perusahaan subsektor *food and beverage* pada riset ini disebabkan perusahaan subsektor *food and beverage* tergolong perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian dan memiliki rata-rata pertumbuhan harga saham tertinggi. Adapun judul dari riset ini yaitu **"Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023".**

1. **Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah-masalah yang akan dibahas pada riset ini antara lain :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
2. Apakah struktur modal berpegaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
5. **Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan pada riset ini antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Untuk mengetahui apakah stuktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
5. **Manfaat Penelitian**
6. Manfaat Teoritis

Harapannya riset ini mampu membantu penulis dalam membagikan interpretasi yang lebih mengenai variabel profitabilitas dan struktur modal serta pengaruhnya bagi nilai perusahaan dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan selaku pemoderasi.

1. Bagi Universitas

Dapat memberikan referensi bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Universitas Pancasakti Tegal yang akan melakukan penelitian kembali terkait aspek apa saja yang memberi dampak pada nilai perusahaan.

1. Bagi Peneliti

Harapannya temuan riset ini mampu memberikan peluang guna memperdalam pemahaman dan kesadaran penulis khususnya di bidang manajemen keuangan tentang variabel profitabilitas dan struktur modal serta pengaruhnya pada nilai perusahaan dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan selaku pemoderasi.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi perusahaan

Harapannya riset ini mampu menyajikan penjelasan terkait kinerja perusahaan kepada pihak manajemen perusahaan subsektor *food and beverage* yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengetahui sejauh mana kemajuan perusahaannya.

1. Bagi investor

Harapannya riset ini mampu memberikan penjelasan terkait variabel profitabilitas dan struktur modal serta pengaruhnya pada nilai perusahaan dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan selaku pemoderasi sebagai bakal evaluasi bagi investor saat memutuskan investasi yang tepat.

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Landasan Teori**
2. **Teori Sinyal**

Teori sinyal ialah salah satu cara bagaimana perusahaan menyampaikan bahwasanya perusahaan mereka lebih unggul dari perusahaan lain (Pratama & Wirawati, 2016). Teori sinyal mendesak perusahaan agar membagikan laporan internal perusahaan terhadap pihak luar terkait prospek kerja perusahaan dimasa mendatang sehingga akan mengundang para investor untuk menanamkan modalnya (N. M. W. Sari et al., 2021). Karena hal itu teori sinyal memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Peningkatan kinerja keuangan memberi pengaruh positif sebab menunjukkan bahwa kinerja perusahaan berjalan baik. Sebaliknya, kinerja keuangan yang menurun merupakan indikator yang buruk karena menunjukkan kinerja perusahaan yang kurang baik (Mudjijah et al., 2019).

Ketika pihak menerima sinyal, perusahaan selalu mempengaruhi keputusan yang diambil investor. Cara investor bereaksi terhadap sinyal, sinyal yang baik maupun yang negatif memiliki dampak yang signifikan terhadap keadaan pasar. Investor akan merespon sinyal dengan cara yang berbeda-beda (Fahmi, 2016:295). Hanafi, (2016:316) menegaskan bahwa seorang manajer harus menginformasikan pandangan positifnya kepada investor mengenai prospek perusahaan dan keinginan agar harga saham naik dengan mengirimkan sinyal yang dapat diandalkan dan relevan.

Menurut teori sinyal, perusahaan yang dengan sengaja memberikan sinyal positif kepada pasar akan memungkinkan pasar membedakan antara perusahaan dengan tingkat kualitas tinggi dan rendah. Agar suatu sinyal menjadi efektif, sinyal tersebut harus dapat dikenali oleh pasar, sulit ditiru oleh perusahaan-perusahaan berkualitas rendah, dan sulit untuk ditangkap oleh mereka. Karena informasi perusahaan dipandang penting dan diperkirakan akan berdampak pada pilihan investor untuk melakukan investasi, maka teori sinyal berkaitan dengan penelitian ini. Investor dan pelaku perusahaan lainnya dapat mengevaluasi sejarah perusahaan dan kinerja saat ini serta pengambilan keputusan dimasa depan jika informasi yang diberikan lengkap, akurat, relevan, dan tepat waktu (Suta & Laksito, 2012).

Teori sinyal juga mendeskripsikan bahwa perusahaan memiliki insentif guna mengedukasi pihak-pihak yang berkepentingan dan pihak luar mengenai informasi laporan keuangan yang terjadi dalam organisasi. Berita baik atau buruk yang diterima organisasi patut dibagikan secara langsung terhadap pihak eksternal. Dengan informasi yang diberikan, investor dengan cepat akan mengevaluasi situasi serta memilih apakah akan melakukan investasi yang berkaitan dengan keuntungan atau tidak (Aji & Atun, 2019).

Teori sinyal menggambarkan situasi dimana pemegang saham dan manajemen tidak memiliki informasi perusahaan yang sama, atau satu pihak memiliki akses ke informasi tambahan dari sumber lain. Biasanya, manajer adalah satu-satunya pihak yang memiliki akses terhadap informasi, sedangkan pemegang saham tidak memilikinya. Cara manajer berkomunikasi dengan investor dan menggunakan sinyal tersebut sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan dijelaskan oleh teori sinyal. Pihak manajemen akan menyampaikan berita positif atau informasi yang diminta investor. Kabar positif tersebut dapat merangsang minat investor untuk melakukan investasi. Cara perusahaan memberi tahu atau memberi sinyal kepada investor tentang kinerja mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kesediaan investor untuk menginvestasikan modal, menggambarkan hubungan antara teori sinyal dan nilai perusahaan (Wardani & Kaleka, 2022).

Menurut Paat et al., (2021) pengumuman perusahaan mempunyai arti penting karena berdampak pada keputusan investasi pihak eksternal. Untuk memenuhi keinginan pemilik, sinyal biasanya dikirimkan oleh perusahaan dengan informasi tentang seberapa baik kinerja manajemen melalui laporan keuangan. Strategi yang digunakan bagi pihak manajemen perusahaan guna membagikan arahan terhadap investor kaitannya dengan seperti apa manajemen memperhitungkan peluang perusahaan dikenal sebagai "Teori Sinyal". Selain itu, teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan harus melakukan hal tersebut bermaksud guna membagikan data pada pihak luar berupa laporan keuangan perusahaan. Penyebab terjadinya ketidak teraturan pemberitahuan antara perusahaan dengan pihak eksternal adalah akibat perusahaan mempunyai pandangan yang lebih besar terkait perusahaan serta peluang eksternalnya. Inilah alasan dibalik tujuan perusahaan untuk berbagi informasi. Ketika pihak ketiga tidak mengetahui aktivitas perusahaan, mereka menjadi defensif dan bahkan melepaskan diri dengan meninggalkan ulasan negatif (Dewi & Ekadjaja, 2020).

Adapun Taniman & Jonnardi, (2020) mengartikan sinyal sebagai perilaku perusahaan yang dimaksudkan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang cara mengelola dengan tetap mempertimbangkan prospek perusahaan. Sinyal ini berupa rincian mengenai tindakan yang dilakukan manajemen untuk memenuhi permintaan pemilik. Perusahaan mengirimkan sinyal tentang seberapa baik kinerjanya secara finansial serta kinerja non-finansial dan pencapaian manajemen dalam mencapai keputusan dan harapan pemegang saham. Rincian yang diberikan oleh perusahaan secara umum adalah dokumentasi atau gambaran keadaan masa lalu, saat ini, dan masa depan. Perusahaan dapat mengirimkan indikasi tentang rasio keuangan dan modal dasar.

Informasi asimetris menurut Brigham & Houston, (2015:187) adalah keadaan dimana manajer memiliki informasi tentang prospek perusahaan yang berbeda dengan yang dimiliki oleh investor atau pemangku kepentingan lainnya yaitu informasi superior. Sinyal adalah tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan yang menginformasikan kepada investor tentang bagaimana manajemen mengevaluasi prospek perusahaan. Tindakan yang diambil manajemen perusahaan akan menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik atau tidak.

Menurut Yuniastri et al., (2019) dalam bidang ekonomi dan keuangan, teori sinyal diciptakan untuk menjelaskan kenyataan bahwa dibandingkan dengan investor luar, pihak eksternal suatu perusahaan biasanya mengantongi akses yang lebih baik serta lebih cepat terhadap informasi tentang prospek dan keadaan perusahaan saat ini. Laporan keuangan harus digunakan sebagai sinyal oleh perusahaan, menurut teori sinyal, sinyal ini bisa berupa rincian mengenai tindakan pengelola guna melaksanakan ambisi pemilik (investor). Salah satu contoh dokumen yang diterbitkan perusahaan yang mampu menggambarkan sinyal untuk pemangku kepentingan, khususnya pemilik saham yaitu berupa data tahunan. Jenis data yang diungkapkan pada laporan tahunan adalah data non akuntansi, yaitu laporan yang tidak berhubungan dengan data keuangan, serta data akuntansi, yaitu laporan yang berkenaan dengan data keuangan.

Teori sinyal menjelaskan bagaimana suatu perusahaan harus menawarkan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Laporan keuangan dari manajer akan mengungkapkan bagaimana mereka menggunakan praktik akuntansi konservatif untuk menghasilkan laba yang lebih berkualitas. Landasan teori yang mendasari hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan adalah teori sinyal. Investor pada awalnya memandang informasi sebagai sinyal positif atau kabar baik, atau sinyal negatif atau kabar buruk. Peningkatan laba yang dilaporkan perusahaan dapat diartikan sebagai berita positif karena menunjukkan bahwa perusahaan berjalan dengan baik. Sebaliknya, jika keuntungan dikatakan menurun, maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak berjalan dengan baik dan merupakan tanda bahaya (Mariani & Suryani, 2018).

Laporan keuangan suatu perusahaan menyajikan informasi yang menggugah rasa ingin tahu para investor, menandakan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kemungkinan-kemungkinan masa depan yang menjanjikan. Sebuah fenomena laporan keuangan publik menjadi contoh penerapan teori sinyal. Landasan teori sinyal adalah gagasan bahwa setiap partisipan menerima informasi secara berbeda. Ketidak seimbangan laporan yang diterima pihak manajemen perusahaan serta pihak luar ditunjukkan melalui teori sinyal. Manajer harus mempublikasikan laporan keuangan untuk memberitahukan pihak yang berkepentingan dan pihak terkait. Menurut teori sinyal, pengguna laporan keuangan harus menerima sinyal dari suatu perusahaan (Sintyana & Artini, 2019).

Menurut Sudana, (2015:173) sebuah teori yang dikenal dengan “signaling theory” atau “teori sinyal” menjelaskan mengapa perusahaan, yaitu manajemen, mengungkapkan informasi keuangan kepada kreditor dan investor. Hal ini juga menunjukkan bahwa teori sinyal merupakan upaya untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan yang ditawarkan oleh teori sinyal kepada para manajer berdampak pada pengambilan keputusan perusahaan.

Teori sinyal merupakan proses pengambilan keputusan suatu perusahaan agar dapat memberikan wawasan kepada investor mengenai kemungkinan-kemungkinan masa depan perusahaan. Saat mengajukan laporan keuangan, sinyal-sinyal ini mungkin diperiksa. Akibatnya, asimetri pengetahuan mungkin berkurang antara investor yang bertindak sebagai pemilik dan manajemen yang bertindak sebagai pelaksana. Kurangnya informasi akan menyebabkan saham pemegangnya diperdagangkan dengan harga diskon terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai pengeluaran periklanan, promosi, penelitian dan pengembangan membantu investor menetapkan ekspektasi mengenai volume dan volatilitas arus kas masa depan (Mulyadi & Affan, 2022).

Adapun menurut Sulistyanto, (2018:57) yang menegaskan bahwa teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan pada dasarnya menggunakan statistik keuangan untuk mengirimkan sinyal positif atau negatif kepada masyarakat. Pengungkapan publik atas informasi positif dan negatif perusahaan masih diperlukan karena akan membujuk investor untuk melepaskan uangnya. Sinyal baik perusahaan akan menyebabkan kenaikan harga saham secara berkala sehingga meningkatkan nilai perusahaan. karena kenaikan harga saham yang relatif stabil dapat membuat investor berpikir lebih positif mengenai prospek masa depan perusahaan.

1. **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan ialah harga atas surat berharga perusahaan yang mana jika angka tersebut tinggi maka tingkat kesejahteraan para pemegang saham juga tinggi (Chasanah, 2018). Tingginya harga saham menggambarkan kualitas nilai perusahaan akibatnya mampu menghadirkan kepercayaan bagi pemegang saham karena perusahaan dinilai mampu mengelola asetnya dengan baik dan mempunyai prospek yang cemerlang dimasa mendatang (N. M. W. Sari et al., 2021).

Menurut definisi, nilai perusahaan adalah jumlah yang bersedia dibayar oleh calon investor dengan syarat ketika suatu perusahaan akan dijual, nilainya dapat mewakili nilai aset yang dimilikinya, termasuk sekuritas (Massie et al., 2017). Nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga saham. Keinginan pemegang saham adalah nilai perusahaan yang tinggi karena nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.

Nilai perusahaan yang sering dikorelasikan dengan harga saham merupakan penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Kenaikan harga saham menambah nilai perusahaan, memperkuat kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini serta potensi masa depan. Bagi sebuah perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan sangatlah penting karena hal ini juga berarti memaksimalkan tujuan utama organisasi (Amro & Asyik, 2021).

Brigham & Houston, (2010:7) menyatakan bahwa tujuan utama manajemen adalah meningkatkan kekayaan pemegang saham, yang dapat dipahami bahwa memaksimalkan harga saham perusahaan adalah ukuran nilainya. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, semakin bernilai suatu perusahaan dimata pemegang sahamnya, maka semakin makmur pula perusahaan tersebut. Harga saham suatu perusahaan dapat digunakan untuk menentukan nilainya. Semakin besar nilai perusahaan meningkat seiring dengan naiknya harga saham.

Perusahaan mempunyai sejumlah target jangka pendek dan jangka panjang yang perlu digapai. Berdasarkan analisis para ahli keuangan, tujuan semua organisasi pada dasarnya serupa dalam praktiknya. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan pendirian suatu perusahaan semuanya sama, hanya saja metode yang digunakan untuk mencapainya berbeda-beda. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, kewajiban manajer keuangan adalah mengoptimalkan nilai saham perusahaan. Harga saham perusahaan yang berkaitan dapat digunakan dalam menentukan secara berkala terpenuhi atau tidaknya tujuan tersebut. Meningkatkan nilai saham perusahaan mempunyai manfaat untuk memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal (Kasmir, 2019:8).

Menurut Sudana, (2015:9) nilai perusahaan ialah nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja serta prospek masa depan yang bagus. Sebagai tujuan perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan dianggap lebih akurat lantaran:

1. Berfokus pada jangka panjang, karena meningkatkan nilai saat ini dari seluruh laba masa depan yang hendak didistribusikan kepada pemilik saham.
2. Mempertimbangkan risiko.
3. Dalam pengertian akuntansi, memaksimalkan nilai perusahaan memberikan prioritas arus kas lebih tinggi daripada laba.
4. Mendorong nilai perusahaan tanpa mengorbankan tanggung jawab sosial.

Menurut Rudangga & Sudiarta, (2016) nilai perusahaan mencerminkan pendapat investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Pasar akan semakin yakin terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa depan jika mengalami kenaikan nilai akibat harga saham yang tinggi. Untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilai dan meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, menjaga kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada pencapaian tujuan tersebut. Tingkat pengembalian yang tinggi bagi pemegang saham menunjukkan bagaimana kenaikan harga saham mempengaruhi kekayaan pemegang saham. Metrik nilai pasar saham yang sangat dipengaruhi oleh peluang investasi digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Peluang investasi dapat memberikan indikasi yang baik mengenai potensi pertumbuhan perusahaan, artinya seiring dengan meningkatnya nilai perusahaan, harga saham juga akan meningkat.

Harga saham suatu perusahaan akan mewakili nilainya. Nilai pasar suatu perusahaan adalah harga dimana pembeli dan penjual menukarkan saham dalam suatu transaksi. Nilai perusahaan meningkat seiring dengan naiknya harga saham, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan yang mencakup tidak hanya keadaannya saat ini tetapi juga aspirasinya dimasa depan. Investor menginginkan nilai perusahaan yang tinggi karena pertumbuhan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran bagi pemegang saham (Bagaskara et al., 2021).

Hakikatnya nilai perusahaan didasarkan oleh berbagai faktor, diantaranya yakni harga saham di pasar. Harga pasar saham mampu mewakili nilai perusahaan, sebab harga pasar saham diibaratkan seperti representasi nilai aktiva perusahaan. Parameter nilai pasar saham yang sangat tinggi yang disebabkan karena harapan investasi akan menentukan nilai perusahaan. Kemungkinan investasi dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengirimkan sinyal positif mengenai potensi pertumbuhannya dimasa depan (Nur, 2019).

Nilai perusahaan menurut Dewi & Sujana, (2019) adalah bagaimana investor memandang suatu perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerjanya juga baik. Nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga saham. Tujuan pemilik perusahaan adalah memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena hal ini menandakan kekayaan pemegang saham yang besar. Selain itu, investor lebih cenderung ingin membeli saham perusahaan yang telah menunjukkan kinerja kuat dalam meningkatkan nilai perusahaannya.

Menurut Mala & Yudiantoro, (2023) nilai adalah segala sesuatu yang dicari apabila bermanfaat bagi pihak yang terlibat dan mempermudah segala sesuatunya guna mencukupi keperluan yang terkait akan nilai tersebut. Sedangkan nilai adalah hal yang tidak diharapkan jika bersifat buruk, dalam artian akan sulit atau merugikan pihak yang menerimanya guna mempengaruhi kebutuhan pihak tersebut. Para pemilik menginginkan perusahaannya mempunyai nilai yang tinggi karena menunjukkan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Harga mencerminkan kekayaan perusahaan dan pemegang saham. Keputusan manajemen aset dan pendanaan atas investasi tercermin di pasar saham (Widyantari & Yadnya, 2017). Nilai perusahaan yang tinggi akan menggugah calon investor guna mempercayai perusahaan yang bersangkutan serta ingin melakukan investasi lebih banyak. Sangat penting bagi perusahaan untuk menyelidiki potensi elemen mendasar yang dapat mempengaruhi nilai mereka untuk menciptakan nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Nilai jual suatu perusahaan adalah tingkat nilai penjualannya, likuiditas perusahaan, keberhasilan manajemen operasional, dan faktor lainnya. Ketika suatu perusahaan berkinerja baik dan nilai sahamnya meningkat demi kepentingan pemegang saham, maka perusahaan tersebut dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik. Faktor-faktor berikut dapat digunakan untuk menganalisis nilai perusahaan : potensi pertumbuhan, keunggulan kompetitif, tingkat pertumbuhan dan daya tarik pasar, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Penentuan nilai pasar, nilai nominal, nilai bawaan, nilai buku, dan nilai likuiditas membentuk perusahaan. Peran nilai perusahaan antara lain menaikkan harga saham, meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, berfungsi sebagai pengukur kinerja pekerjaan manajer, mendorong peningkatan kinerja perusahaan, dan mendukung perkiraan keuntungan dimasa depan (D. I. Sari & Maryoso, 2022).

Jumlah yang sanggup ditunaikan oleh investor atau pembeli guna membeli saham perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Pemilik perusahaan akan semakin sejahtera jika semakin tinggi nilai perusahaannya. Tingginya harga saham atas perusahaan yang tercatat di bursa menunjukkan semakin kayanya pemilik saham tersebut. Harga-harga ini merupakan hasil dari keputusan pendanaan, pilihan investasi, serta kebijakan dividen. Investasi pada perusahaan dengan masa depan yang menjanjikan akan lebih menarik minat investor. Pada hakikatnya kinerja keuangan merupakan hasil yang diperoleh suatu perusahaan melalui pengelolaan sumber daya saat ini yang paling efektif dan efisien untuk memenuhi target yang diputuskan manajemen akan hasil kinerja keuangannya (Marantika, 2012:18).

Seorang manajer organisasi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan perusahaan. Seorang manajer keuangan khususnya harus cerdas dan terampil dalam membuat keputusan keuangan yang tepat. Dampaknya, nilai perusahaan mungkin meningkat dan para investor mungkin terus percaya bahwa kemakmuran mengikuti pertumbuhan ini (Laili et al., 2019). Mudjijah et al., (2019) mengungkapkan bahwasanya seorang manajer keuangan harus mahir dalam memilih tindakan yang cermat saat menciptakan strategi keuangan. Membuat pilihan keuangan yang bijaksana mampu menumbuhkan nilai perusahaan. Selain itu, kesejahteraan pemilik saham akan meningkat. Keputusan manajemen keuangan, seperti keputusan keuangan, investasi, dan dividen, dapat berdampak pada nilai perusahaan.

Manajer keuangan harus memutuskan tujuan apa yang perlu dicapai sebelum membuat keputusan keuangan apa pun. Kemakmuran pemilik perusahaan dapat ditingkatkan dengan membuat keputusan keuangan yang bijaksana yang mengoptimalkan nilai perusahaan. Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli untuk suatu perusahaan yang akan dijual dikenal sebagai nilai perusahaan sendiri. Fama, (1978) menegaskan bahwa harga saham suatu perusahaan menunjukkan nilainya. Untuk menentukan harga saham yang dijadikan tolak ukur nilai perusahaan, maka harga saham dibentuk berdasarkan permintaan dan penawaran investor. Jensen, (2001) menyatakan bahwa untuk mengoptimalkan nilai dalam suatu perusahaan, sumber daya keuangan seperti hutang dan saham preferen diperhitungkan selain nilai ekuitas.

Menurut Kasmir, (2019:116) rasio penilaian, seperti rasio harga saham atas pendapatan, menunjukkan seberapa baik manajemen mampu menghasilkan nilai pasar bagi perusahaan diatas biaya investasi serta rasio pasar saham terhadap nilai buku. Pada riset ini *Price Earning Ratio* (PER) dipergunakan kaitannya dalam menaksir nilai perusahaan. Dimana proksi *Price Earning Ratio* (PER) digunakan untuk menilai prospek perusahaan dengan membandingankan nilai saham atas laba per saham (Sudana, 2015:26).

1. **Profitabilitas**

Menurut Kasmir, (2014:234) profitabilitas menunjukkan tingkat efektivitas perusahaan dalam mencari keuntungan. *Profit* atau laba yang tinggi meningkatkan minat investor dalam membeli saham. Kepercayaan dan minat para investor akan semakin bertambah selama keuntungan perusahaan terus meningkat. Investor akan memasukkan uang ke dalam perusahaan karena secara umum mereka mengantisipasi tingkat pengembalian tinggi yang ideal untuk investasi mereka. Reaksi yang baik dari investor akan mempengaruhi kenaikan harga saham perusahaan, maka dari itu hal ini mampu meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Ramdhonah et al., 2019). Jika permintaan saham tinggi maka nilai perusahaan secara otomatis akan naik sehingga perusahaan mempunyai peluang yang baik dimasa mendatang dan hal tersebut sejalan dengan *signaling theory* (Dewi & Ekadjaja, 2020).

Profitabilitas menurut Sartono & Ratnawati, (2020) adalah sejauh mana suatu peruahaan mampu menghasilkan keuntungan melalui pengelolaan asetnya, termasuk modal sendiri, total aset, dan hubungan dengan penjualan. Adapun korelasi antara profitabilitas dan nilai perusahaan adalah sebagai berikut: semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin efisien perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba, meningkatkan nilainya, dan memungkinkannya memaksimalkan kekayaan pemegang saham.

Profitabilitas dapat dilihat dari keterampilan perusahaan ketika mengolah modal yang ditanamkan guna memperoleh pengembalian aset pada periode tertentu (Dhani & Utama, 2017). Rasio tersebut menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba menggunakan seluruh sumber dayanya, termasuk aktivitas penjualan, penggunaan aset, serta pemanfaatan modal. Salah satu metrik yang bisa digunakan guna mengukur efektivitas performa manajemen yakni rasio profitabilitas (Andriani & Rudianto, 2019). Menurut Kasmir, (2019:115) rasio ini juga mengindikasi seberapa baik pengelola perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Pendapatan dari perdagangan serta investasi menunjukkan hal ini. Kuncinya adalah penerapan rasio tersebut menunjukkan kapasitas perusahaan.

Menurut Sudana, (2015:25) rasio profitabilitas mengevaluasi kapasitas perusahaan dalam menciptakan profit dengan memanfaatkan modal, aset, dan penjualannya. Tingkat profitabilitas bisa ditetapkan menggunakan sejumlah versi, diantaranya :

1. *Return on Assets* (ROA)

ROA menggambarkan kekuatan perusahaan guna menciptakan profit setelah pajak dengan memanfaatkan seluruh asetnya. Untuk menilai kemampuan dan ketepatgunaan manajemen perusahaan dalam mengawasi keseluruhan asetnya, manajemen harus mempertimbangkan rasio ini. Lebih banyak keuntungan dapat diperoleh dengan jumlah aset yang sama, begitu pula jika ROA semakin tinggi. Hal tersebut mengindikasi jika perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien.

1. *Return On Equity* (ROE)

ROE menggambarkan kapasitas perusahaan guna menciptakan profit atas dananya sendiri setelah pajak. Penting bagi pemegang saham untuk memahami rasio ini guna menilai kesuksesan serta kemampuan pengendalian modal sendiri pada perusahaan. Semakin efektif manajemen perusahaan menggunakan uangnya sendiri, semakin tinggi persentasenya.

1. *Profit Margin Ratio*

*Profit Margin Ratio* mengevaluasi kapasitas perusahaan dalam menciptakan keuntungan dari penjualan yang direalisasikan. Rasio yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi lebih efisien.

1. *Basic Earning Power*

*Basic Earning Power* mengevaluasi kekuatan perusahaan dalam menciptakan profit atas seluruh asetnya sebelum bunga serta pajak. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan seberapa baik perusahaan mengelola seluruh investasinya.

Konsep profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, atau laba bersih yang dihubungkan dengan penjualan, aset, dan ekuitas, yang dapat dicapai sepanjang periode tertentu. Pertumbuhan profitabilitas suatu perusahaan sebagai fungsi keberadaannya harus diindikasikan untuk menilai kemungkinan masa depan perusahaan. Indikasi-indikasi ini sangat bermanfaat bagi investor karena menyederhanakan proses penentuan sejauh mana suatu investasi akan menghasilkan tingkat pengembalian yang sebanding pada tingkat yang telah diantisipasi atau diinginkan oleh investor. Rasio profitabilitas ini cukup penting bagi calon investor untuk menilai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari laba bersih yang dikaitkan dengan dividen (Amro & Asyik, 2021).

Profitabilitas suatu perusahaan merupakan representasi kemampuannya dalam menciptakan keuntungan atas prosedur yang ditetapkan guna menanggung perkembangan perusahaan dalam jangka panjang. Profitabilitas mengindikasi seberapa baik suatu perusahaan dalam mengatur asetnya guna menghasilkan keuntungan yang kaitannya pada penjualan, total aset, serta modal sendiri. Kaitan dari profitabilitas dan nilai perusahaan menyatakan bahwa semakin menguntungkan suatu perusahaan maka semakin bertambah nilai perusahaannya (Widyantari & Yadnya, 2017). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan meningkat seiring dengan profitabilitasnya. Hal ini disebabkan meningkatnya laba bersih sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan melalui peningkatan laba (Aji & Atun, 2019).

Kemampuan menghasilkan keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan, aset, dan modal diukur dengan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan profitabilitas dan efisiensi perusahaan yang kuat. Manfaat rasio profitabilitas termasuk, namun tidak terbatas pada mengetahui margin keuntungan perusahaan, berfungsi sebagai penilaian tolok ukur internal perusahaan, membantu manajer mengukur kinerja, membantu pedagang saham dalam memilih saham yang tepat untuk dibeli, dan memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan (D. I. Sari & Maryoso, 2022).

Analisis profitabilitas sangat penting bagi investor ekuitas dan kreditor. Laba berfungsi sebagai sumber pembayaran pokok dan bunga bagi pemberi pinjaman. Sementara itu, salah satu faktor yang mempengaruhi pergeseran nilai saham bagi investor ekuitas adalah keuntungan. Yang terpenting bukanlah jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan, melainkan bagaimana keuntungan dapat dimaksimalkan melalui saham pemegang saham. Saidi, (2004) mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Tujuan berinvestasi pada saham suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Semakin baik profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula ekspektasi pengembalian investasi bagi investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun Mudjijah et al., (2019) mendefinisikan profitabilitas sebagai kapasitas perusahaan untuk melakukan hal tersebut. Profitabilitas adalah metrik lain yang dapat digunakan untuk menilai seberapa efektif suatu perusahaan. Profitabilitas adalah metrik yang digunakan untuk mengevaluasi perusahaan. Selain itu, kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan efektivitasnya dalam pengelolaan sumber daya dapat dinilai menggunakan metrik ini. Menurut Brigham & Houston, (2015:146) rasio profitabilitas adalah kelas rasio yang menunjukkan bagaimana hutang, manajemen aset, dan likuiditas mempengaruhi kinerja operasi.

Profitabilitas didefinisikan sebagai jumlah laba bersih yang dapat diperoleh suatu perusahaan saat beroperasi. Keuntungan yang tinggi memberikan petunjuk tentang masa depan perusahaan. Hal ini menguntungkan karena dapat mendorong investor untuk meningkatkan harga saham yang mereka bayarkan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin baik peluangnya dimasa depan. Investor percaya bahwa keadaan akan menjadi lebih baik dimasa depan jika harga saham naik seiring dengan peningkatan pendapatan (Nur, 2019).

Adapun Kasmir, (2012:114) menyatakan profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mengejar keuntungan atau dalam jangka waktu tertentu. Tinjauan keuangan mengenai hasil bersih dari aktivitas operasi perusahaan selama periode waktu tertentu disebut laba. Laba dianggap sebagai indikator profitabilitas perusahaan karena dialokasikan untuk mengukur perubahan kekayaan pemegang saham dari waktu ke waktu atau perkiraan, terutama sejauh perusahaan dapat membayar biaya operasional dan menciptakan keuntungan bagi pemegang saham. Seperangkat statistik yang dikenal sebagai profitabilitas menggambarkan bagaimana hutang, manajemen aset, dan likuiditas bekerja sama untuk mempengaruhi hasil operasional. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari beberapa operasi yang dilakukannya selama jangka waktu tertentu disebut profitabilitas. Potensi suatu perusahaan yang berharga dimasa depan ditunjukkan oleh fluktuasi nilai saham yang sangat ditentukan oleh keuntungan.

Rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi potensi perusahaan dalam menghasilkan uang selama jangka waktu tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi pilihan investor mengenai dimana akan menaruh uangnya. Perusahaan dengan profitabilitas yang kuat biasanya menarik investor, yang memperkirakan bahwa karena perusahaan tersebut menguntungkan, maka dividen yang akan peroleh juga akan lebih tinggi. Harga saham perusahaan akan naik karena kuatnya permintaan investor, sehingga juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Astriani, 2014).

Rasio yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan dapat digunakan untuk memahami profitabilitas. Tingkat profitabilitas yang tinggi menandakan kemungkinan perusahaan yang menjanjikan, yang pada gilirannya mendorong permintaan investor terhadap saham perusahaan (Novari & Lestari, 2016). Selain itu, Rizqia et al., (2013) mengatakan bahwa tingkat keunggulan yang tinggi akan menunjukkan prospek perusahaan yang kuat, sehingga akan mendorong investor untuk membeli lebih banyak saham perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini menjadi landasan pengambilan keputusan investor terhadap perusahaan yang berpotensi menghasilkan keuntungan lebih besar sehingga lebih berpeluang meningkatkan kekayaan pemegang saham. Akibatnya, nilai perusahaan makanan meningkat seiring dengan rasio profitabilitas.

Menurut Hestinoviana et al., (2013) profitabilitas ialah metrik yang dapat dimanfaatkan dalam menilai suatu perusahaan, menunjukkan efektivitas, dan menunjukkan bagaimana manajemen menggunakan sumber dayanya sendiri. Besarnya profitabilitas yang dicapai perusahaan juga bisa berakibat bagi nilai perusahaan, tingkat profitabilitas yang tinggi akan menawarkan peluang yang menjanjikan dan meningkatkan permintaan saham, oleh karena itu nilai perusahaan meningkat sebagai akibat dari meningkatnya permintaan saham tersebut (Nurhayati, 2013). Pada riset ini *Return on Assets* (ROA) dipergunakan dalam menaksir profitabilitas. Penggunaan proksi tersebut pada riset ini yakni karena *Return on Assets* (ROA) dapat menyajikan efektivitas operasional suatu perusahaan, yang mana nantinya mampu menunjukkan kinerja perusahaan terkait.

1. **Struktur Modal**

MenurutDarminto, (2019:71) Sruktur modal atau *leverage ratio* ialah kesanggupan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka panjangnya. Hutang jangka panjang dan modal saja dikontraskan dalam struktur modal. Karena secara langsung mempengaruhi tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang ditargetkan dan jumlah risiko yang ditanggung oleh pemegang saham, struktur modal sangat penting bagi perusahaan (Ayem & Ina, 2023).

Salah satu faktor dalam menentukan berapa banyak uang yang akan dikeluarkan suatu perusahaan adalah struktur modal, yang menampilkan rasio atau keseimbangan antara modal sendiri dan modal pinjaman (hutang). Kunci untuk memahami struktur modal adalah menemukan keseimbangan yang tepat antara penggunaan modal pribadi dan pinjaman jangka panjang, atau berapa banyak dari masing-masing modal yang akan digunakan sebagai hutang jangka panjang. Karena struktur modal yang optimal berarti perusahaan yang mempunyainya juga akan menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal, artinya pemegang saham akan mendapatkan keuntungan selain perusahaan itu sendiri ketika laba direalisasikan (Amro & Asyik, 2021).

Rasio hutang jangka panjang atas modal sendiri menunjukkan pengeluaran jangka panjang suatu perusahaan yang berkaitan dengan struktur modal. Dampak kebijakan pembelajaran jangka panjang terhadap harga saham perusahaan, biaya modal, serta nilai perusahaan dijelaskan oleh teori struktur modal. Kombinasi hutang jangka panjang serta modal perusahaan mampu mengoptimalkan nilai perusahaan, menekan biaya modal, atau memaksimalkan harga pasar saham apabila strategi pengeluaran perusahaan mampu memengaruhi ketiga faktor tersebut. Karena harga pasar saham suatu perusahaan mewakili nilai perusahaan, maka peningkatan nilai perusahaan juga akan mengakibatkan peningkatan harga sahamnya (Sudana, 2015:164).

Adapun (Mudjijah et al., 2019) menjelaskan jika struktur modal menunjukkan pengeluaran yang berkelanjutan, seperti yang ditunjukkan oleh keseimbangan antara hutang dan modal sendiri. Tingkat risiko dan proyeksi keuntungan bagi perusahaan akan bergantung pada bagaimana kedua faktor ini seimbang. Kemauan yang kuat akan risiko dan tingkat pengembalian (*return*) harus diperhatikan saat membuat aturan struktur modal perusahaan karena hutang, risiko, serta tingkat keuntungan yang diinginkan bagi perusahaan juga meningkat. Karena optimalisasi struktur modal membantu menyeimbangkan risiko dan tingkat pengembalian, hal ini sangatlah penting.

Pembiayaan struktur modal terdiri dari saham, modal perusahaan, dan hutang jangka panjang. Struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti ukuran, profitabilitas, potensi ekspansi, aset, dan risiko perusahaan. struktur modal digunakan untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan. Jika hutang jangka panjang melebihi laba ditahan, maka perusahaan akan mengalami defisit. Meningkatkan nilai perusahaan, memanfaatkan keuangan yang tersedia, meningkatkan pendapatan, meminimalkan belanja modal, menciptakan ruang untuk ekspansi, menurunkan risiko keuangan, dan mengendalikan perusahaan hanyalah beberapa dari tujuan struktur modal (D. I. Sari & Maryoso, 2022).

Menurut Nopianti & Suparno, (2021) pengeluaran permanen yang memperhitungkan atau membandingkan modal sendiri dengan hutang jangka panjang dikenal sebagai struktur modal. Investor dapat menentukan keseimbangan yang tepat antara risiko dan laba atas investasi dengan memahami struktur modal, yang menampilkan persentase hutang yang digunakan untuk membiayai investasi. Kebijakan struktur modal melibatkan *trade-off* antara *return* dan risiko. Risiko yang ditanggung oleh pemegang saham akan meningkat seiring dengan meningkatnya penggunaan hutang. Di sisi lain, penggunaan hutang yang lebih besar biasanya akan menghasilkan ekspektasi pengembalian ekuitas yang lebih tinggi. Keputusan calon investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besarnya hutang yang digunakan perusahaan dalam struktur modalnya.

Struktur modal suatu perusahaan terdiri dari hutang dan pendanaan ekuitas. Prabowo & Ulil Hartono, (2018) menegaskan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan adalah fungsi manajemen keuangan dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya karena setiap keputusan keuangan yang diambil mempengaruhi tindakan selanjutnya dan meningkatkan nilai organisasi. Kunci keberhasilan suatu perusahaan adalah struktur modalnya. Struktur modal yang kuat akan menguntungkan perusahaan, memperkuat posisi keuangannya, dan meningkatkan nilai keseluruhannya. Dibahas bagaimana memaksimalkan nilai perusahaan khususnya kebijakan keuangan (kebijakan pendanaan perusahaan) dalam teori struktur modal digunakan untuk menghitung proporsi hutang terhadap ekuitas. Rasio hutang atas modal yang lebih tinggi menunjukkan jika perusahaan tersebut terlibat dalam operasi dan hutang digunakan untuk investasi. Aktivitas investasi yang menguntungkan dan dibiayai oleh hutang menunjukkan bahwa terdapat nilai yang tinggi bagi perusahaan karena terdapat ruang bagi perusahaan untuk berkembang dan investor akan menganggap perusahaan potensial sebagai ajang berinvestasi dengan membeli saham (Yuniastri et al., 2019).

Proporsi keuangan suatu perusahaan, khususnya rasio modal yang dimiliki yang berasal dari kewajiban jangka panjang terhadap modal itu sendiri (ekuitas pemegang saham) disebut sebagai struktur modal. Menurut Fahmi, (2016:184) struktur modal yang ideal adalah struktur yang dirancang untuk mengoptimalkan harga saham perusahaan. Pinjaman harus ditambah jika hutang sebenarnya kurang dari tujuan. Saham tersebut akan dijual jika rasio hutangnya naik diatas level yang diinginkan. Menyusun kebijakan resiko dan imbalan saling dipertukarkan ketika menentukan modal. Pengembalian akan meningkat seiring dengan peningkatan hutang karena peningkatan risiko. Harga saham akan naik sebagai respons terhadap peningkatan risiko dan turun sebagai respons terhadap peningkatan imbalan.

Calon investor dapat mempertimbangkan struktur modal perusahaan sebelum melakukan investasi modal. Struktur modal suatu perusahaan sangat penting untuk kinerjanya. Jadi, guna mewujudkan struktur modal yang lebih optimal, perusahaan wajib menetapkan target. Menurut teori struktur modal, nilai suatu perusahaan dapat menurun jika struktur modalnya menyimpang lebih tinggi dari tujuan idealnya dan beban hutangnya meningkat. Ketika rasio hutang dalam struktur modal meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh teori *current trade-off*, akibatnya nilai perusahaan juga meningkat. Setiap perusahaan memilih struktur modalnya dengan memperhatikan sejumlah faktor, antara lain biaya, kemauan perusahaan mengambil risiko, tujuan strategis pemilik, dan potensi sumber pendanaan (Dayanty & Setyowati, 2020).

Target perusahaan guna mengoptimalkan kekayaan pemegang saham bergantung pada kemampuan manajer keuangan dalam mengevaluasi struktur modal serta mengerti kaitannya dengan risiko, keuntungan, dan laba atas nilai. Tujuan dari struktur modal yakni untuk menetapkan komposisi hutang serta modal perusahaan yang sesuai juga profitabel baik dari sisi hutang ataupun dari sisi pembiayaan (Prasetia et al., 2014).

Menurut Febrianti, (2012) perusahaan yang memanfaatkan hutang biasanya mengantongi nilai yang lebih tinggi apabila diperbandingkan perusahaan yang tidak memanfaatkan hutang. Salah satu sumber pendanaan perusahaan yang dikatakan mempunyai dampak signifikan terhadap pergeseran nilai perusahaan adalah hutang. Beban hutang yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dapat meminimalkan beban pajak penghasilan dan menghasilkan lebih banyak uang dibandingkan dengan beban hutang yang lebih kecil. Hutang dapat digunakan oleh manajer untuk membagikan sinyal yang dapat diandalkan para calon investor. Hal tersebut disebabkan adanya persepsi jika perusahaan yang memiliki banyak hutang lebih optimis terhadap kesempatan dimasa depannya (Sintyana & Artini, 2019).

Struktur modal mewakili rasio hutang atas pendanaan suatu perusahaan. Perusahaan yang ingin melakukan pengembangan komersial secara luas memerlukan sumber pendanaan yang besar, sehingga memerlukan pendanaan tambahan dari sumber luar. Untuk memenuhi kebutuhan pendanaan yang meningkat selama proses pengembangan, perusahaan yang terlibat dalam pengembangan perusahaan secara ekstensif perlu mendapatkan investasi besar dari sumber eksternal. sumber pendanaan yang cukup besar, sehingga dalam upaya mendongkrak kebutuhan pendanaan dalam proses pengembangan usaha diperlukan tambahan dana dari sumber luar (Dhani & Utama, 2017).

Menurut penelitian Irawan & Kusuma, (2019) struktur modal mengacu pada uang perusahaan yang perlu dikelola dengan baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kurniawan, (2018) perusahaan yang memiliki pendanaan hutang menunjukkan bahwa mereka berdedikasi untuk meningkatkan kinerjanya. Penggunaan hutang sebagai modal usaha dapat mempercepat perkembangan suatu perusahaan dalam kondisi bisnis yang menguntungkan apabila perusahaan dapat mengoptimalkan operasionalnya untuk menghasilkan return yang diharapkan. Hal ini juga dimungkinkan karena investor mungkin percaya bahwa perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi memiliki prospek perusahaan masa depan yang menjanjikan, yang pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Menurut Kasmir, (2014:229) struktur modal atau *leverage ratio* digunakan dalam menghitung seluruh aktiva yang disubsidi menggunakan hutang. Adapun rasio yang dapat dipergunakan dalam menaksir tingkat leverage atau struktur modal perusahaan antara lain:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

*Debt to Asset Ratio* (DAR) atau biasa dikenal Debt Ratio ialah perbandingan total hutang atas total aset yang dinyatakan dengan bentuk persentase.

1. *Debt to Equity Ratio* (DER)

*Debt to Equity Ratio* (DER) yakni perbandingan total hutang atas modal yang dipakai guna mengetahui banyaknya aset yang disubsidi menggunakan hutang.

1. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER)

*Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER) ialah perbandingan hutang jangka panjang atas modal sendiri yang dipakai guna mengetahui banyaknya hutang jangka panjang yang ditanggung oleh modal sendiri.

1. *Tangible Asssets Debt Coverage* (TADC)

*Tangible Asssets Debt Coverage* (TADC) merupakan perbandingan antara aktiva tetap berwujud atas hutang jangka panjang yang dimanfaatkan guna menjelaskan sejauh mana harta berwujud dimanfaatkan dalam menjamin hutang jangka panjangnya.

1. *Current* *Liabilities to Equity*

*Current Liabilities to Equity* ialah perbandingan hutang lancar atas modal sendiri yang dipakai guna mengetahui bahwa dari sekian banyaknya pinjaman yang nantinya ditagih terkandung modal sendiri didalamnya.

(Widyantari & Yadnya, 2017) memaparkan bahwasanya *Debt to Equity Ratio* (DER) ialah metrik yang bisa diaplikasikan guna menaksir struktur modal, yang memperbandingkan total hutang atas modal sendiri. *Debt to Equity Ratio* (DER) mampu mengungkapkan tingkatan risiko suatu perusahaan. Besarnya *Debt to Equity Ratio* (DER) mengakibatkan tingginya potensi risiko yang dihadapi perusahaan sebab permodalan yang berasal dari komponen hutang melebihi modal sendiri. Karena bunga hutang dapat dikurangkan dari pajak, penggunaan hutang memberikan keuntungan pajak.

1. **Ukuran Perusahaan**

Istilah “ukuran perusahaan” merujuk pada besarnya suatu perusahaan. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa ukuran perusahaan membuktikan apakah suatu perusahaan besar atau kecil berdasarkan pengukuran. Perusahaan yang lebih tinggi mempunyai nilai lebih karena ukurannya yang lebih besar (Astriani, 2014). Semakin tinggi ukuran perusahaan menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan tersebut, sehingga ukuran perusahaan seringkali dijadikan sebagai patokan bagi investor sebagai pertimbangan dalam membeli saham (Dewi & Ekadjaja, 2020).

Semakin besar suatu perusahaan, semakin besar peluang investor akan memperhatikannya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa keuntungan di perusahaan besar biasanya lebih konsisten. Margin keuntungan yang konsisten akan menarik investor, sebab memandang perusahaan ini sangat menjanjikan. Akibatnya, harga saham akan semakin tinggi ketika banyak investor yang menyuntikkan modalnya sehingga menaikkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan besar tunduk pada ekspektasi investor yang tinggi. Harapan investor adalah perusahaan akan membayarkan dividen kepada mereka. Harga saham di pasaran akan naik seiring bertambahnya permintaan saham dunia usaha bisnis. Harga saham perusahaan akan naik sebagai respon terhadap peningkatan permintaan (Yuniastri et al., 2019).

Setiap peningkatan modal usaha pada perusahaan besar yang sahamnya tersebar luas tidak akan berdampak signifikan terhadap kemungkinan pihak dominan kehilangan atau mengubah kendali atas perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dibandingkan dengan perusahaan kecil, perusahaan berskala besar dengan saham yang menjalar cenderung menerbitkan saham baru untuk menutup kebutuhan ekspansi penjualan (Riyanto, 2016:299).

Tingkat ukuran perusahaan penjualan merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan saat menilai nilai perusahaan. Yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah total aset perusahaan, jumlah saham yang dimiliki perusahaan, atau cerminan dari keseluruhan aset. Dunia usaha sedang bertumbuh, yang berarti seiring dengan pertumbuhannya, aset dan dana mereka juga akan bertumbuh. Selain itu, perusahaan harus semakin melanjutkan aktivitas operasionalnya. Pilihan manajemen mengenai alokasi dana kepada perusahaan untuk memaksimalkan nilai, khususnya dampak dari ukuran organisasi (Amro & Asyik, 2021).

Menurut Aji & Atun, (2019) besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan dengan melihat seluruh asetnya yang tersedia untuk digunakan dalam menjalankan usaha. Manajemen perusahaan mempunyai keleluasaan lebih besar dalam memanfaatkan aktiva lancarnya jika nilai total aktivanya begitu tinggi. Penekanan yang ditanggung oleh pemilik asetnya sepadan dengan independensi yang dinikmati manajemen. Jika melihat perusahaan dari sudut pandang pemilik, banyaknya aset akan membuat perusahaan terkesan kurang bernilai. Namun jika dilihat dari sudut pandang manajerial, ukuran perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah mendapatkan pendanaan di pasar modal. kemudahan yang digunakannya untuk mengendalikan perusahaan untuk mengumpulkan dana dan meningkatkan nilainya.

Ukuran perusahaan ialah refleksi besar kecilnya perusahaan (Halim, 2015:125). Besar kecilnya ukuran perusahaan ditaksir menggunakan total penjualan, total aset, serta kapitalisasi pasar. Semakin tinggi ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar tingkat kecenderungan untuk mengunakan modal asing. Perusahaan kecil dan pemula mungkin menghadapi tantangan besar dalam mendapatkan akses ke pasar pembiayaan untuk sementara waktu. Oleh karena itu, perusahaan besar dapat dikatakan memiliki tingkat fleksibilitas tertentu dan akses permodalan yang mudah. Pada penelitian ini, banyaknya aset digunakan sebagai ukuran perusahaan.

Semakin besar skala perusahaan, akan semakin mudah mencari sumber pembiayaan baik internal dan juga eksternal. Sumber keuangan lebih mudah diperoleh. Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk tumbuh lebih besar, memiliki fleksibilitas lebih besar, dan meningkatkan modal lebih cepat. Jika sumber pendanaan dapat dikelola dengan baik dan berhasil memberikan *feedback* yang positif, maka mungkin akan timbul minat dari calon investor saat akan membeli saham terkait. Hal itu sejalan dengan naiknya nilai suatu perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Skala untuk mengklasifikasikan ukuran adalah ukuran perusahaan. Total aset, volume penjualan, nilai saham, dan metrik lainnya digunakan untuk mengevaluasi suatu perusahaan (Ayu & Gerianta, 2018). Menurut teori sinyal, perusahaan berkualitas tinggi akan secara sadar mengirimkan sinyal ke pasar, sehingga pasar dapat membedakan antara perusahaan berkualitas tinggi dan perusahaan berkualitas rendah. Ukuran perusahaan yang sedang berkembang mungkin merupakan indikator yang baik mengenai potensi pendapatannya.

Total aset atau pendapatan bersih suatu perusahaan dapat digunakan untuk menghitung ukurannya. Nilai dan ukuran perusahaan meningkat sebanding dengan total aset atau pendapatan. Perusahaan dengan angka suatu perusahaan dengan aset yang tinggi dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama dan arus kas yang positif. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuannya dalam memperoleh modal dari sumber luar. Minat investor terhadap isu tersebut dapat meningkat sehingga akan menaikkan harga saham perusahaan di pasar modal (Novari & Lestari, 2016).

Menurut Putu et al., (2014) menentukan ukuran suatu perusahaan melibatkan penentuan seberapa besar atau kecilnya berdasarkan aset, volume penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset. Akibatnya, kuantitas atau besar kecilnya aset perusahaan menentukan besar kecilnya perusahaan. Menurut Hasnawati & Sawir, (2015) ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuannya untuk menegosiasikan persyaratan yang lebih baik dan memperoleh leverage dalam perjanjian keuangan.

Dibandingkan perusahaan kecil, perusahaan besar akan lebih mudah menambah modal di pasar modal. Kemudahan akses yang dinikmati oleh perusahaan besar. Oleh karena itu, perusahaan besar memiliki lebih banyak fleksibilitas. Rasio nilai buku hutang terhadap ekuitas berkorelasi positif dengan ukuran perusahaan, menurut penelitian empiris. Nantinya, istilah “ukuran perusahaan” akan digunakan untuk menunjukkan total aset atau total penjualan bersih suatu perusahaan. Ukuran organisasi meningkat seiring dengan keseluruhan aset dan penjualannya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa besar kecilnya perusahaan menunjukkan besarnya jumlah aktiva yang dimilikinya (Sintyana & Artini, 2019).

Menurut Rudangga & Sudiarta, (2016) total aset yang diperoleh perusahaan digunakan untuk menghitung besar kecilnya berdasarkan laporan keuangannya. Investor dapat melihat besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan indikator yang menunjukkan besar kecilnya investasi atau rasio dimana suatu investasi harus dilakukan. Nilai perusahaan dikatakan dipengaruhi oleh ukurannya. Total aset yang dimiliki suatu perusahaan dapat digunakan untuk menentukan ukurannya. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa ia tumbuh dan berkembang dengan baik sehingga meningkatkan nilai suatu perusahaan. Rasio total aset perusahaan terhadap total utang yang lebih tinggi menunjukkan peningkatan nilai perusahaan. Keseluruhan aset suatu perusahaan tercermin dari ukurannya. Perusahaan dibagi menjadi tiga kategori: usaha skala kecil, usaha skala menengah, dan usaha skala besar. Dapat dikatakan bahwa ukuran suatu perusahaan secara langsung mempengaruhi nilainya karena perusahaan yang lebih besar cenderung menarik minat investor karena akan mempunyai pengaruh yang bertahan lama terhadap nilai perusahaan.

Seperti yang diungkapkan oleh Bagaskara et al., (2021) perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil adalah tiga kelompok yang pada dasarnya memisahkan ukuran perusahaan. Total aset perusahaan digunakan untuk menentukan ukurannya. Perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah memenangkan persaingan dan bertahan dalam perusahaan karena mereka menghasilkan pendapatan lebih tinggi dan memiliki akses lebih besar terhadap modal kredit. Namun, karena mereka merespons perubahan tak terduga dengan lebih cepat, perusahaan kecil lebih mudah beradaptasi dalam menangani ketidakpastian.

Ukuran total aset dan jumlah penjualan digunakan oleh perusahaan untuk menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan besar kecilnya perusahaan ditentukan oleh jumlah modal yang dipakai, jumlah aktiva yang dimiliki, atau jumlah penjualan yang dihasilkan. Total Aset menjadi salah satu cara dalam menaksir besar kecilnya skala perusahaan (Chasanah, 2018). Keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk aktivitas sehari-hari memberikan indikasi seberapa besar ukurannya. Manajemen suatu perusahaan menikmati kelonggaran yang lebih besar dalam mengalokasikan aset lancarnya ketika keseluruhan aset perusahaan berjumlah besar. Jika dilihat dari sudut pandang manajerial, pengaruh komprehensifnya terhadap perusahaan menjadikannya nyaman dan meningkatkan nilainya (Suharli, 2006).

1. **Penelitian Terdahulu**

Beberapa riset terdahulu yang diangkat sebagai basis riset, diantaranya yaitu :

1. Dalam penelitian Andri Waskita Aji & Fitri Fahmi Atun (2019) menguji pengaruh *tax planning*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2018) menggunakan teknik sampling purposive yang terdiri dari 55 Perusahaan manufaktur dengan melakukan analisis linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
2. Dalam penelitian Ni Putu Ayu Yuniastri, I Dewa Made Endiana, & Putu Diah Kumalasari (2019) menguji pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 menggunakan teknik *sampling purposive* yang terdiri dari 24 perusahaan manufaktur dengan melakukan uji hipotesis menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, kebijakan deviden, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan.
3. Dalam penelitian Putri Rizki Andriani & Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. (2019) menguji pengaruh tingkat likuiditas, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2010-2017 menggunakan analisis deskriptif dan metode *sampling purposive* yang terdiri dari 13 perusahaan *food & beverages* dengan melakukan uji estimasi model, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *current ratio, net profit margin* dan *debt to asset ratio* berpengaruh signifikan terhadap *price to book value* baik secara parsial maupun simultan.
4. Dalam penelitian Slamet Mudjijah, Zulvia Khalid, & Diah Ayu Sekar Astuti (2019) menguji pengaruh kinerja keuangan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi variabel ukuran perusahaan menggunakan *sampling purposive* yang terdiri dari 13 perusahaan otomotif (manufaktur) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2017 dengan melakukan analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kinerja keuangan dan struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
5. Dalam penelitian Triasesiarta Nur (2019) menguji pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi menggunakan *sampling purposive* yang terdiri dari perusahaan manufaktur yang sahamnya tercatat di BEI periode 2015-2017 dengan melakukan analisis regresi panel berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh profitabilitas maupun likuiditas terhadap nilai perusahaan.
6. Dalam penelitian Ni Made Widya Sari, I Wayan Sukadana, & I Wayan Widnyana (2021) menguji pengaruh *corporate governance*, ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menggunakan metode *sampling* *purposive* yang terdiri dari 14 perusahaan makanan dan minuman dengan melakukan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis kolerasi berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial variabel *corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, secara simultan *corporate governance*, ukuran perusahaan, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Dalam penelitian Nurhayati Olii, Eka Zahra Solikahan & Ariawan (2021) menguji pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman di bursa efek indonesia menggunakakn pendekatan kuantitatif dan teknik *sampling purposive* yang terdiri dari 14 perusahaan makanan dan minuman dengan melakukan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan dan struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, secara bersama-sama pertumbuhan perusahaan dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8. Dalam penelitian Risma Nopianti & Suparno (2021) menguji pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menggunakan metode deskriptif verifikatif dan teknik *sampling purposive* yang terdiri dari 10 perusahaan *food & beverages* dengan melakukan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta struktur modal dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
9. Dalam penelitian Syenen Kezia Paat, Frendy A.O. Pelleng, & Olivia Walangitan (2021) menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di sub sektor makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia 2016-2018 menggunakan metode *samplings* *purposive* yang terdiri dari 13 perusahaan *food & beverages* dengan melakukan uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji autokorelasi, uji linear berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan ROA dan ROE berpengaruh secara siginfikan terhadap nilai perusahaan. Dimana ROA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ROE berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
10. Dalam penelitian Erine Sulistiana & R. Gatot Heru Pranjoto (2022) menguji pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, aktivitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menggunakan metode *sampling purposive* yang terdiri dari 15 perusahaan *food & beverages* dengan melakukan uji regresi linear berganda, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan), uji koefisien determinasi (. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, aktivitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
11. Dalam penelitian Muhammad Rivandi & Berta Agus Petra (2022) menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman menggunakkan metode *sampling purposive* yang terdiri dari 12 perusahaan *food & beverages* dengan melakukan model regresi data panel E-views, uji kelayakan model, uji hipotesis, uji T, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
12. Dalam penelitian Sri Ayem & Chanderika Rambu Tamu Ina (2023) menguji pengaruh struktur modal, likuiditas terhadap nilai perusahaan : ukuran perusahaan sebagai moderasi menggunakan teknik *sampling purposive* yang terdiri dari 45 perusahaan makanan dan minnuman dengan melakukan uji hipotesis menggunakan analisis linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1**

**Penelitian Terdahulu**

| **No** | **Nama dan Tahun Penelitian** | **Judul Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Persamaan**  **dan Perbedaaan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Andri Waskita Aji & Fitri Fahmi Atun  (2019) | Pengaruh *Tax Planning*, Profitabilitas, dan Likuiditas  Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi  (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018) | Hasil penelitian menunjukkan perencanaan pajak tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan,  Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, menggunakan variabel trikat yaitu nilai preusahaan, serta menggunakan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu struktur modal. |
| 2. | Ni Putu Ayu Yuniastri, I Dewa Made Endiana, & Putu Diah Kumalasari (2019) | Pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan  Manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2017-2019 | Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, kebijakan deviden, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi berpengarh secara positif terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas dan struktur modal, serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 3. | Putri Rizki Andriani & Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. (2019) | Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan dan Minuman Yang Tercatat di BEI Periode 2010-2017 | Hasil penelitian menunjukkan *current ratio, net profit margin* dan *debt to asset ratio* berpengaruh signifikan terhadap *price to book value* baik secara parsial maupun simultan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas profitabilitas dan leverage (struktur modal), serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 4. | Slamet Mudjijah, Zulvia Khalid, &  Diah Ayu Sekar Astuti (2019) | Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan | Hasil penelitian menunjukkan kinerja keuangan dan struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu struktur modal, menggunakan variabel terikat yaitu nilai preusahaan, serta menggunakan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu profitabilitas. |
| 5. | Triasesiarta Nur (2019) | Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi | Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh profitabilitas maupun likuiditas terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  Menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, menggunakan variabel terikat yaitu nilai preusahaan, serta menggunakan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan.  Perbedaan :  Menambahkan variabel bebas yaitu struktur modal. |
| 6. | Ni Made Widya Sari, I Wayan Sukadana, & I Wayan Widnyana (2021) | Pengaruh *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel *corporate governance*  berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, secara simultan *corporate governance*, ukuran perusahaan, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  Menggunakan variabel bebas yaitu leverage (struktur modal), serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu profitabilitas, serta menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 7. | Nurhayati Olii, Eka Zahra Solikahan, & Ariawan (2021) | Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia | Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, secara bersama-sama pertumbuhan perusahaan dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu struktur modal, serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu profitabilitas, serta menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 8. | Risma Nopianti & Suparno (2021) | Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan | Hasil penelitian menunjukkan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas dan struktur modal, serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 9. | Syenen Kezia Paat, Frendy A.O. Pelleng, & Olivia Walangitan (2021) | Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di Sub Sektor  Makanan dan Minuman Pada Bursa Efek Indonesia 2016-2018 | Hasil penelitian menunjukkan secara simultan ROA dan ROE berpengaruh secara siginfikan terhadap nilai perusahaan. Dimana ROA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ROE berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 10. | Erine Sulistiana & R. Gatot Heru Pranjoto (2022) | Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Aktivitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor  Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2020 | Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, aktivitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu struktur modal, serta menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 11. | Muhammad Rivandi & Berta Agus Petra (2022) | Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman | Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan  menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas dan leverage (struktur modal), serta menggunakan variabel terikat yaitu nilai perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. |
| 12. | Sri Ayem & Chanderika Rambu Tamu Ina (2023) | Struktur modal, likuiditas terhadap nilai perusahaan : ukuran perusahaan sebagai moderasi | Hasil penelitian menunjukkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. | Persamaan :  menggunakan variabel bebas yaitu struktur modal, menggunakan variabel terikat yaitu nilai preusahaan, serta menggunakan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan.  Perbedaan :  menambahkan variabel bebas yaitu profitabilitas. |

Sumber : data sekunder diolah (2024)

1. **Kerangka Pemikiran Konseptual**

Menurut Sugiyono, (2019:95) dalam bukunya mengemukakan bahwa kerangka berpikir menjelaskan kaitan antar variabel independen serta dependen yang kemudian dirumuskan dalam bentuk paradigma riset. Jika didalam sebuah riset termuat variabel moderator maupun intervening, maka perlu dijabarkan alasan variabel terkait diikutsertakan pada riset tersebut.

1. **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Tingkat profitabilitas suatu perusahaan diperhatikan dari kapasitas perusahaan untuk mengatur modal dan aktivanya dalam mencapai pengembalian aset (Rivandi & Petra, 2022). Perusahaan yang sanggup mengolah asetnya dengan baik bisa dipastikan perusahaan tersebut juga mampu memberikan kepuasan kepada para investornya dalam bentuk pengembalian investasi.

Dengan demikian profitabilitas mampu memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Sesuai dengan riset Sulistiana & Pranjoto, (2022) yang menyatakan profitabilitas memberi impak positif serta signifikan pada nilai perusahaan sebab tingkat pengembalian pendanaan sangat berdampak pada keputusan yang diambil oleh investor. Tingkat pengembalian investasi mampu menumbuhkan kepercayaan para investor dalam membeli saham terkait. Riset tersebut searah dengan Nopianti & Suparno, (2021) yang memaparkan jika profitabilitas memberi impak positif secara signifikan pada nilai perusahaan. Investor akan menumbuhkan permintaan saham jika profitabilitas perusahaan tersebut terus meningkat lalu berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan.

1. **Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Kasmir, (2014:229) struktur modal digunakan dalam menghitung seluruh aktiva yang disubsidi menggunakan hutang. Penggunaan hutang dapat mempercepat perkembangan suatu perusahaan dalam kondisi perusahaan yang menguntungkan apabila perusahaan dapat mengoptimalkan operasionalnya untuk menghasilkan *return* yang diharapkan (Kurniawan, 2018). Investor mungkin percaya bahwa perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi memiliki prospek perusahaan masa depan yang menjanjikan, yang pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Dengan demikian struktur modal dapat memberi dampak akan nilai perusahaan. Searah dengan riset Nopianti & Suparno, (2021) yang memaparkan jika struktur modal memberikan impak positif secara signifikan pada nilai perusahaan karena nilai perusahaan selalu dipengaruhi oleh penambahan hutang, apabila jumlah hutang masih terletak dibawah titik maksimum akibatnya kenaikan hutang tersebut dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

1. **Pengaruh Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas yaitu kapasitas perusahaan dalam mengasilkan profit. Semakin tinggi profit yang dikantongi perusahaan akan semakin baik peluang perusahaan dimasa mendatang. Perusahaan berskala besar dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memengaruhi atensi investor dalam membeli saham (Aji & Atun, 2019). Dengan demikian skala perusahaan mampu memperkuat impak profitabilitas pada nilai perusahaan. Sesuai dengan riset Nur, (2019) yang menjelaskan jika ukuran perusahaan berhasil memperkuat impak profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebab ukuran perusahaan berhasil mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperoleh penambahan modal eksternal guna membiayai operasional perusahaan. Selain itu ukuran perusahaan juga menjadi refleksi atas aset yang dipegang perusahaan.

1. **Pengaruh Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan**

Struktur modal digunakan untuk membandingkan modal sendiri dengan hutang. Perusahaan besar cenderung menggunakan hutang sedangkan perusahaan kecil biasanya menggunakan modal sendiri dalam menjalankan operasionalnya. Semakin besar perusahaan akan semakin banyak menggunakan pendanaan dari hutang. Hal ini berpengaruh terhadap atensi investor saat membeli saham yang menjadikan harga saham naik lalu akan memengaruhi nilai perusahaan (Rasyid & Hastuti, 2022). Oleh karena itu ukuran perusahaan berhasil memperkuat impak struktur modal pada nilai perusahaan. Searah dengan riset Ayem & Ina, (2023) yang menjelaskan jika ukuran perusahaan berhasil memperkuat pengaruh struktur modal pada nilai perusahaan karena kemungkinan memperoleh modal untuk mengembangkan perusahaan melalui hutang berkolerasi terhadap ukuran perusahaan. Perusahaan berskala besar biasanya lebih menarik bagi investor yang ingin berkonstribusi terhadap pertumbuhan perusahaan dan hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Berlandaskan deskripsi tersebut, kerangka pemikiran riset ini dapat dirumuskan sebagai berikut ini :

Profitabillitas

(X1)

Struktur Modal

(X2)

Nilai Perusahaan

(Y)

Ukuran Perusahaan (Z)

H1

H2

H3

H4

**Gambar 1**

**Kerangka Pemikiran Konseptual**

Keterangan :

Garis Parsial

Garis Moderasi

1. **Hipotesis**

Hipotesis ialah reaksi sementara dari rumusan masalah yang telah dibuat, setelah peneliti menyajikan landasan teori serta kerangka berpikir, (Sugiyono, 2019:99). Berlandaskan rumusan masalah yang ada, maka hipotesis pada riset ini antara lain:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| H1 | : | Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 |
| H2 | : | Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 |
| H3 | : | Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 |
| H4 | : | Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 |

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan yakni penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif mengenai nilai perusahaan. Metode penelitian kuantitatif ialah metode penelitian dengan menggunakan data berbentuk angka serta analisis statistik. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder. Data sekunder yakni data yang dihimpun dari berbagai sumber yang sudah ada. Berdasarkan pendekatan analisisnya, penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian kuantitatif, yakni metode penelitian yang berlandaskan atas filsafat positivisme, dengan menggunakan populasi atau sampel yang bersifat statistik guna mengevaluasi hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019:16).

1. **Populasi dan Sampel**
2. **Populasi**

Populasi ialah keseluruhan unit yang akan diteliti serta mengantongi karakteristik tertentu untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Banyaknya populasi pada penelitian ini berjumlah 39 perusahaan subsektor *food and baverage* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023.

**Tabel 2**

**Populasi Penelitian Periode 2019-2023**

| **No** | **Kode** | **Nama Perusahaan** |
| --- | --- | --- |
| 1 | AALI | PT. Astra Agro Lestari Tbk. |
| 2 | AISA | PT. FKS Food Sejahtera Tbk. |
| 3 | ANJT | PT. Austindo Nusantara Jaya Tbk. |
| 4 | BISI | PT. BISI International Tbk. |
| 5 | BUDI | PT. Budi Starch & Sweetener Tbk. |
| 6 | BWPT | PT. Eagle High Plantations Tbk. |
| 7 | CAMP | PT. Campina Ice Cream Industry Tbk. |
| 8 | CBUT | PT. Citra Borneo Utama Tbk. |
| 9 | CEKA | PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. |
| 10 | CLEO | PT. Sariguna Primatirta Tbk. |
| 11 | CMRY | PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk. |
| 12 | CPIN | PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. |
| 13 | CSRA | PT. Cisadane Sawit Raya Tbk. |
| 14 | DLTA | PT. Delta Djakarta Tbk. |
| 15 | DSFI | PT. Dharma Samudera Fishing Industries Tbk. |
| 16 | DSNG | PT. Dharma Satya Nusantara Tbk. |
| 17 | GOOD | PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. |
| 18 | GZCO | PT. Gozco Plantations Tbk. |
| 19 | HOKI | PT. Buyung Poetra Sembada Tbk. |
| 20 | ICBP | PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. |
| 21 | INDF | PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. |
| 22 | JARR | PT. Jhonlin Agro Raya Tbk. |
| 23 | JPFA | PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. |
| 24 | LSIP | PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk. |
| 25 | MAIN | PT. Malindo Feedmill Tbk. |
| 26 | MGRO | PT. Mahkota Group Tbk. |
| 27 | MLBI | PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. |
| 28 | MYOR | PT. Mayora Indah Tbk. |
| 29 | PMMP | PT. Panca Mitra Multiperdana Tbk. |
| 30 | PSGO | PT. Palma Serasih Tbk. |
| 31 | ROTI | PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. |
| 32 | SGRO | PT. Sampoerna Agro Tbk. |
| 33 | SIMP | PT. Salim Ivomas Pratama Tbk. |
| 34 | SSMS | PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk. |
| 35 | STAA | PT. Sumber Tani Agung Resources Tbk. |
| 36 | TAPG | PT. Triputra Agro Persada Tbk. |
| 37 | TBLA | PT. Tunas Baru Lampung Tbk. |
| 38 | TLDN | PT. Teladan Prima Agro Tbk. |
| 39 | ULTJ | PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Companny Tbk. |

sumber :(www.idx.co.id)

1. **Sampel**

Sampel merupakan komponen atas populasi yang harus *representative* (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu *sampling purposive* dimana penentuan sampel diambil karena penilaian tertentu, (Sugiyono, 2019:133). Krieteria pemilihan sampel pada penelitian ini diantaranya :

1. Perusahaan subsektor *food and beverage* papan utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2019-2023.
2. Perusahaan subsektor *food and beverage* yang secara rutin mengunggah laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023.
3. Tersedianya data laporan keuangan perusahaan yang disajikan dalam satuan rupiah.
4. Perusahaan subsektor *food and beverage* yang memiliki laba (positif) pada tahun 2019-2023.

**Tabel 3**

**Pengambilan Sampel Perusahaan Subsektor Food and Baverages Tahun 2019-2023**

| **Keterangan** | **Jumlah** |
| --- | --- |
| Perusahaan subsektor *Food and Beverage* papan utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2019-2023 | 39 |
| Perusahaan subsektor *Food and* *Beverage* yang tidak mengunggah laporan keuangan secara lengkap pada tahun 2019-2023 | (13) |
| Perusahaan subsektor *Food and Beverage* yang menggunakan satuan U$ dollar | (2) |
| Perusahaan subsektor *Food and Beverage* yang memiliki laba (negatif) pada tahun 2019-2023 | (8) |
| Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria | 16 |
| Jumlah data perusahaan yang diolah (16\*5) | 80 |

Sumber : data sekunder diolah (2024)

Berdasarkan kriteria diatas ditemukan sebanyak 16 sampel Perusahaan yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4**

**Daftar Sampel Penelitian Tahun 2019-2023**

| **No** | **Kode** | **Nama Perusahaan** |
| --- | --- | --- |
| 1 | AALI | PT. Astra Agro Lestari Tbk. |
| 2 | BISI | PT. BISI International Tbk. |
| 3 | CAMP | PT. Campina Ice Cream Industry Tbk. |
| 4 | CEKA | PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. |
| 5 | CPIN | PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk |
| 6 | DSNG | PT. Dharma Satya Nusantara Tbk. |
| 7 | GOOD | PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. |
| 8 | ICBP | PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. |
| 9 | INDF | PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. |
| 10 | JPFA | PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. |
| 11 | LSIP | PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk. |
| 12 | MYOR | PT. Mayora Indah Tbk. |
| 13 | ROTI | PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. |
| 14 | SSMS | PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk. |
| 15 | TBLA | PT. Tunas Baru Lampung Tbk. |
| 16 | ULTJ | PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. |

sumber :(www.idx.co.id)

1. **Definisi Konseptual dan Operasional Variabel**
2. **Definisi Konseptual**
3. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (Y) atau biasa dikenal variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas), (Sugiyono, 2019:69). Variabel dependen (Y) yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Menurut Sudana, (2015:9) nilai perusahaan ialah nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan akan membuat pasar percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja serta prospek masa depan yang bagus.

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen (X) atau biasa dikenal variabel bebas ialah variabel yang memengaruhi variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2019:69). Variabel independen (X) yang dipergunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kekuatan perusahaan dalam mencapai keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Untuk menilai efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengawasi seluruh asetnya, manajemen harus mempertimbangkan rasio ini. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan penggunaan sumber daya perusahaan yang lebih efektif, dan sebaliknya (Sudana, 2015:25).

1. Struktur Modal

Sruktur modal atau rasio leverage yaitu keahlian perusahaan akan pemenuhan hutang jangka panjangnya. Rasio ini menghitung persentase uang yang berasal dari hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Semakin tinggi struktur modal suatu perusahaan berarti persentase hutang yang lebih besar digunakan untuk investasi aset, sehingga meningkatkan risiko keuangan bagi perusahaan dan sebaliknya (Sudana, 2015:23).

1. Variabel Moderator (Z)

Variabel Moderator (Z) atau biasa disebut variabel moderasi merupakan variabel yang sifatnya memperkuat atau bahkan memperlemah kaitan antara variabel independen dan variabel dependen, (Sugiyono, 2019:69). Variabel Moderator (Z) yang diaplikasikan yakni ukuran perusahaan. Menurut Halim, (2015 : 125) ukuran perusahaan ialah refleksi besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan ditaksir menggunakan total penjualan, total aset, serta kapitalisasi pasar. Semakin tinggi ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar tingkat kecenderungan untuk mengunakan modal asing. Menghitung ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan melihat dari seberapa besar aset perusahaan. Maka dari itu perhitungan ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan mencari logaritma dari total aktiva (Ayem & Ina, 2023).

1. **Operasionalisasi Variabel**

**Tabel 5**

**Operasionalisasi Variabel**

| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **Skala** | **Sumber** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Profitabilitas | ROA |  | Rasio | (Sudana, 2015:25) |
| Struktur Modal | DER |  | Rasio | (Sudana, 2015:23) |
| Ukuran Perusahaan | LN |  | Rasio | (Ayem & Ina, 2023) |
| Nilai Perusahaan | PER |  | Rasio | (Sudana, 2015:26) |

Sumber : data sekunder diolah (2024)

1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu dengan dokumentasi. Dimana untuk data yang dipakai yaitu data sekunder berbentuk data laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor *Food and Baverage* pada tahun 2019-2023 yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta literature lainnya.

1. **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang diaplikasikan pada penelitian ini ialah metode analisis regresi linear berganda. Sedangkan pada pengujian variabel moderasinya menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA). Untuk analisis data yang dipergunakan yaitu software IBM SPSS Statistics versi 22.0.

1. **Uji Statistik Deskriptif**

Uji statistik deskriptif diaplikasikan guna memberi gambaran terkait suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi)(Ghozali, 2018:19)**.**

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual diaplikasikan guna memeriksa apakah variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal dalam model regresi, seperti uji t dan uji F yang memperkirakan nilai *residual* menyesuaikan distribusi normal. Uji normalitas bisa lakukan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (KS) yakni ketika nilai Kolmogorov-Smirnov Z tidak signifikan, maka seluruh data yang ada dianggap terdistribusi dengan normal. Namun ketika nilai Kolmogorov-Smirnov Z signifikan, maka semua data yang ada dianggap tidak terdistribusi dengan normal. Uji Kolmogorov-Smirnov (KS) dapat dilaksanakan dengan memperhatikan nilai probabilitasnya dengan menggunakan syarat, (Ghozali, 2017:127) :

1. Nilai signifikan atau nilai probabilitas maka distribusi dianggap tidak normal.
2. Nilai signifikan atau nilai probabilitas maka distribusi dianggap normal.
3. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas diaplikasikan guna memeriksa apakah dijumpai kolerasi yang tinggi antar variabel independen pada model regresi, (Ghozali, 2017:33). Uji multikolonieritas dapat dilaksanakan dengan meninjau nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF > 0,10 serta nilai tolerance < 0,1 dapat dinyatakan jika model regresi tersebut terjadi multikolonieritas.

1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi diaplikasikan guna memeriksa apakah termuat korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) dalam model regresi linear, (Ghozali, 2017:93). Autokorelasi timbul sebab adanya riset yang berurutan dan berhubungan satu sama lain. Uji autokorelasi pada penelitian ini memanfaatkan metode Durbin-Watson (DW). Dimana Durbin-Watson (DW) ini diaplikasikan untuk autokorelasi tingkat satu yang mengharuskan adanya konstanta pada model regresi serta tidak terdapat lag antar variabel independen. Berikut ini ialah kriterian pengambilan ketentuan ada tidaknya autokorelasi menurut Durbin-Watson (DW) :

**Tabel 6**

**Uji Statisik Durbin-Watson (DW)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Hipotesis Nol** | **Keputusan** | **Jika** |
| Tidak ada autokorelasi positif | Tolak |  |
| Tidak ada autokorelasi positif | No decision |  |
| Tidak ada autokorelasi negative | Tolak |  |
| Tidak ada autokorelasi negative | No decision |  |
| Tidak ada autokorelasi positif atau negative | Tidak ditolak |  |

Sumber : (Ghozali, 2017:94)

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diaplikasikan guna memeriksa apakah termuat nilai *residual* atau *error* pada model regresi, (Ghozali, 2017:47). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas diaplikasikan dengan uji glejser. Syarat saat menggunakan uji glejser antara lain :

1. Jika nilai signifikan (Sig.) > 0,05 maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikan (Sig.) < 0,05 maka mengandung gejala heteroskedastisitas.
3. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linear Berganda diaplikasikan guna mengevaluasi kaitan variabel independen terhadap variabel dependen, (Ghozali, 2017:19). Untuk dapat melakukan pengujian hipotesis, maka model regresi linear berganda yang dipergunakan yaitu :

Keterangan :

|  |  |
| --- | --- |
| Y | = Nilai Perusahaan |
| α | = Konstanta |
|  | = Koefisien Regresi |
|  | = Profitabilitas |
|  | = Struktur Modal |
|  | = Error Term |
|  |  |

1. **Uji t (Uji Statistik t)**

Uji t atau Uji statistik t diaplikasikan guna memeriksa sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan dugaan variabel independen lainnya konstan, (Ghozali, 2017:23). kaidah pengujian parsial mengenai variabel independen yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Formulasi Hipotesis
2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

|  |  |
| --- | --- |
|  | Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and baverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. |
|  | Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and baverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. |

1. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

|  |  |
| --- | --- |
|  | Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and baverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. |
|  | Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and baverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. |

1. Menentukan Taraf Signifikan (α)

Tingkat signifikan dalam uji t pada penelitian ini sebesar 5% atau µ = 0,05.

1. Kaidah Pengujian

Ho diterima apabila ≤

Ho ditolak apabila

1. Perhitungan Nilai

Formulasi yang digunakan untuk menentukan adalah sebagai berikut :

Keterangan :

|  |  |
| --- | --- |
|  | = Nilai t |
|  | = Koefisien parameter |
|  | = standar error koefisien parameter |

1. Ketetapan Ho diterima atau ditolak
2. **Koefisien Determinasi (**

Koefisien determinasi diaplikasikan guna menaksir kesanggupan model dalam menjabarkan variasi variabel dependen dengan asumsi nilai antara nol dan satu. Nilai determinasi yang kecil menunjukkan keterbatasan kesanggupan variabel independen dalam menjabarkan variasi variabel dependen. Jika nilai determinasi mendekati satu menunjukkan bahwasanya variabel independen dapat menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam memperkirakan variasi variabel dependen, (Ghozali, 2017:20).

Pada kenyataannya nilai determinasi tidak selalu positif. Menurut Gujarati, (2003) dalam Ghozali, (2017:22), nilai determinasi dianggap nol jika dalam uji empiris hasil nilai determinasinya negatif. ketika nilai , maka adjusted , akan tetapi ketika nilai , maka , lantas ketika , maka adjusted bernilai negatif.

1. ***Moderated Regression Analysis* (MRA)**

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) diaplikasikan dalam memperkuat atau justru memperlemah kaitan antara variabel independen pada variabel dependen, (Ghozali, 2017:221). Untuk melakukan pengujian pada variabel moderasi, model yang dipergunakan yaitu:

Keterangan :

|  |  |
| --- | --- |
| Y | = Nilai Perusahaan |
| α | = Konstanta |
|  | = Koefisien Regresi |
|  | = Profitabilitas |
|  | = Struktur Modal |
|  | = Interaksi Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan |
|  | = Interaksi Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan |
|  | = Error Term |