

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jika membicarakan mengenai Perusahaan, hal ini tidak asing lagi bagi para manager serta pendiri perusahaan. Perusahaan memiliki sebuah penjelasan dimana suatu organisasi mengkombinasikan dan mengorganisasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Menurut *Theory of the Firm*, bahwa perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Mildawati, T 2016).

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dihubungkan dengan dengan harga saham. Harga saham semakin tinggi berarti semakin tinggi juga tingkat pengambalian kepada investor dan semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan perusahaan tersebut, dengan cara memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham. Nilai perusahaan tidak bergantung hanya pada kemampuan yang menghasilkan arus kas, tetapi bergantung juga pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih oleh pemegang perusahaan tersebut (Mildawati, T 2016).

Berdasarkan dari peristiwa penelitian sebagaimana dijelaskan tersebut, maka dilakukan penelitian pada perusahaan investasi. Hal ini dikarenakan untuk menganalisis nilai perusahaan. Untuk itu, bagi para manager serta pendiri perusahaan bisa meningkatkan strategi dalam perusahaannya agar semakin banyak investor yang menginvestasikan saham kepada perusahaan dan nilai perusahaan semakin meningkat dan memberikan kepercayaan kepada para investor.

Penelitian ini menganalisis suatu perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan investasi, diantaranya perusahaan MNC Investama Tbk. Pada tahun 2018 perusahaan MNC Investama memiliki nilai perusahaan atau price to book value sebesar Rp 65, di tahun 2019 nilai perusahaan MNC Investama mengalami peningkatan dengan nilai sebesar Rp 581, akan tetapi pada tahun 2020 hingga tahun 2021 nilai perusahaan MNC Investama mengalami penurunan yang sangat pesat, dari harga Rp 581 menjadi Rp 112 hingga menjadi Rp 45. Berikut merupakan grafik terkait dengan nilai perusahaan MNC Investama Tbk.



Gambar 1. 1

Nilai Perusahaan MNC Investama Tbk

Nilai merupakan cerminan dari beberapa harga yang mampu dibayar oleh para investor untuk suatu perusahaan dan biasa diukur dengan nilai perusahaan (*price to book value ratio*). Nilai Perusahaan sudah pasti dikatakan baik jika perusahaan dapat menghasilkan profit yang banyak dimana waktu tersebut akan diterima oleh perusahaan. Misalnya banyaknya investor yang mempercayai perusahaannya untuk menginvestasikan saham dan meningkatnya tingkat pengembalian investor kepada perusahaan.

Nilai perusahaan pada penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya. Profitabilitas ini sendiri dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan penghasilan dari perusahaan tersebut. Menurut (Mildawati, T 2016), menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan sebuah gambaran dan kinerja manajemen dalam mengelolah perusahaan. Investor menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan *return*, baik berupa pembagian deviden maupun *Capital gain*. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan oleh para investor sehingga nilai perusahaan semakin baik. Selain sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban para penyandang dana, laba perusahaan juga merupakan sebuah elemen penting dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Pada suatu perusahaan terdapat 2 belah pihak yaitu, yang pertama pihak *Agent* sebagai manajer dan yang kedua pihak *Principal* sebagai pemilik saham. Pihak *Principal* memberikan tugasnya kepada pihak *Agent* agar

tugas tersebut berjalan dengan baik, sehingga perusahaan menerapkan adanya biaya keagenan (*agency cost*) yang terdiri dari 3 jenis biaya, yang pertama *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual cost*. Suatu perusahaan yang menerapkan teori keagenan bertujuan untuk mengelolah saham dengan baik dan memperoleh laba yang ditargetkan oleh perusahaan. Serta pihak *Agent* menerapkan teori signal untuk memberikan suatu informasi kepada investor atau pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik dengan keterkaitan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan. Manajemen berusaha mengungkapkan suatu informasi yang bersifat tertutup atau privat menurut pertimbangannya sangat diminati oleh pihak para investor dan pemegang saham khususnya informasi berupa berita yang baik. Terdapat penelitian terdahulu pada penelitian ini yang beranggapan bahwa profitabilitas dapat mempengaruhi positif terhadap nilai perusahaan, yakni Ni Pande Putu Dyan, Ni Luh Gde, Ni Luh Putu Sandrya (2022), Putu Shiely K, I Dewa Made E, Putu Diah K, Ni Made R (2021), Amelia Fitrianni, Sri Utiyati (2020), Jozef R. dan Maartje Paais (2020), Ida Nuthayati dan Kartika (2020), M. Edo Suryawan Siregar, Sholatia Dalimunthe, dan Rony Safri (2019), Hung Ngoc Dang, Van Thi Thuy Vu, Xuan Thanh Ngo dan Ha Thi Viet Hoang (2019), Nur Avita Mahdhiyatul Aeni (2019), Tri Purwani dan Okta Oktavia (2018), Ni Kadek Ayu Sudiani, Ni Putu Ayu Darmayanti (2016), Karina Meidiawati dan Titik Mildawati (2016), dan AA Nugrah Dharma Adi Putra dan Putu Vivi Lestari (2016), akan tetapi terdapat juga penelitian terdahulu pada penelitian ini beranggapan bahwa profitabilitas tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan,

yakni Muharramah Rizqia dan Hakim Zulman M (2021) dan Ananda Adhitya N (2017).

Likuiditas sendiri diartikan dimana sebuah perusahaan mempunyai kemampuan untuk membayar tagihannya secara tepat waktu ketika tanggal pembayarannya sudah tiba jatuh temponya. Likuiditas ini menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memiliki peranan penting dalam kesuksesan perusahaan (Ali, Hussin, and Ghani 2019). Menurut (Lestari P, 2016), Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan membuat para investor berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, yang merupakan rasio antara aset lancar dibagi hutang lancar. Bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga ada yang beranggapan bahwa likuiditas tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Untuk memenuhi kriteria likuiditas, suatu perusahaan harus menerapkan teori keagenan ini sendiri dibagi menjadi 3 teori yang pertama *monitoring cost*, kedua *bonding cost*, dan yang ketiga yakni *residual cost*, diantaranya pihak *principal* dan pihak *agent*. dimana teori keagenan ini sendiri menjelaskan bahwa dalam suatu perusahaan terdapat 2 belah pihak, dimana pihak *principal* ini adalah sebagai pemilik saham dan pihak *agent* ini sebagai manajer, pihak *principal* memberikan tugas kekuasaannya kepada pihak *agent* agar operasional pada perusahaannya berjalan dengan baik serta dapat memberikan kemampuan untuk membayar tagihannya secara tepat waktu pada tanggal pembayarannya sudah tiba jatuh tempo.

Pada faktor likuiditas dapat menggabungkan teori signal, dikarenakan teori signal memiliki suatu penjelasan mengenai dimana manajemen memberikan informasi untuk investor terkait dengan pandangan manajemen pada prospek perusahaan di masa depan. Pada penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang mempunyai berbeda pendapat mengenai likuiditas terhadap nilai perusahaan, diantaranya bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian terdahulu tersebut, yakni Amelia Fitrianni, Sri Utiyati (2020), Ni Kadek Ayu Sudiani, Ni Putu Ayu Darmayanti (2016), dan AA Nugrah Dharma Adi Putra dan Putri Vivi Lestari (2016). Terdapat juga yang berpendapat bahwa likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan, yakni Ni Pande Putu Dyan, Ni Luh Gde, Ni Luh Putu Sandrya (2022), dan Putu Shiely K, I Dewa Made E, Putu Diah K, Ni Made R (2021).

Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*). Pertumbuhan Perusahaan ini sendiri dapat diartikan sebagai peningkatan atau penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan. Pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industry di dalam perekonomian dimana perusahaan tersebut beroperasi (Mildawati T, 2016). Aset digunakan untuk kegiatan atau operasional perusahaan, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan sehingga semakin menambah kepercayaan untuk pihak eksternal. Pertumbuhan Perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang diharapkan oleh pihak internal maupun pihak eksternal. Pertumbuhan Perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian tingkat yang semakin tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi pihak investor. Pertumbuhan Perusahaan mempunyai

pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan, dimana semakin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi juga. Pada informasi pertumbuhan perusahaan juga sangat dibutuhkan oleh para investor atau calon investor, khususnya yang berminat untuk melakukan investasi pada saham. Berinvestasi pada saham tentunya mempunyai niat untuk jangka Panjang, dan akan memberikan hasil yang besar di masa yang akan datang (Mildawati T, 2016). Suatu Perusahaan dapat dikategorikan sebagai pertumbuhan perusahaan ketika peningkatan atau penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan dan menerapkan teori keagenan, dimana perusahaan ini melibatkan 2 belah pihak, yang pertama pihak *agent* sebagai manajer dan yang kedua pihak *principal*. Pihak *principal* memberikan tugas kekuasaannya kepada pihak *agent* agar operasional pada perusahaannya berjalan dengan baik serta dapat mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industry di dalam perekonomian dimana perusahaan tersebut beroperasi, dalam teori keagenan terdapat biaya keagenan (*agency cost*) yang terdiri dari 3 jenis biaya, yang pertama *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual cost*. *Monitoring cost* adalah biaya yang dibebankan oleh *principal* untuk mengamati dan mengontrol perilaku *agent*. *Bonding cost* ialah biaya yang dibebankan oleh *agent* untuk memastikan adanya prosedur yang menyatakan bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*. Terakhir *Residual loss*, yaitu kemakmuran *principal* dikarenakan keputusan *agent* dan *principal* yang berbeda. Dalam mengamati pertumbuhan perusahaan, pihak *agent* dianjurkan untuk memahami mengenai teori signal dikarenakan teori signal untuk memberikan suatu informasi kepada investor atau

pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik dengan keterkaitan perusahaan seperti peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Terdapat penelitian terdahulu pada penelitian ini yang berbeda pendapat mengenai pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, berikut penelitian terdahulu yang berpendapat pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yakni Amelia Fitrianni, Sri Utiyati (2020), Nur Avita Mahdhiyatul Aeni (2019), Tri Purwani dan Okta Oktavia (2018), Ni Kadek Ayu Sudiani, Ni Putu Ayu Darmayanti (2016). Berikut juga penelitian terdahulu yang berpendapat pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yakni Mazurina Mohd Ali, Nik Noor Ayu Nik Hussin, dan Erlane K (2019), Hung Ngoc Dang, Van Thi Thuy Vu, Xuan Thanh Ngo dan Ha Thi Viet Hoang (2019), Karina Meidiawati dan Titik Mildawati (2016).

Selanjutnya Struktur Modal ini sendiri adalah Suatu perbandingan atau imbangan pendanaan jangka Panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka Panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan dan cadangan. Jika dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (Defisit), maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yaitu dari hutang (*Debt Financing*). Akan tetapi dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari sebuah cara yang tergolong alternatif untuk pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien akan terjadi apabila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal ini sendiri dapat diartikan sebagai struktur modal yang

dapat meminimalkan biaya penggunaan modal keseluruhan sehingga akan memaksimalkan nilai perusahaan (Mildawati T, 2016). Pada faktor struktur modal, pendanaan modal pada perusahaan tersebut dari pihak *principal* dan pihak *principal* memberikan tugasnya kepada pihak *agent* untuk menjalankan tugas yang dimiliki oleh *principal* agar berjalan dengan baik dan sesuai keinginan *principal*. Adanya pemisahan ini justru mengakibatkan permasalahan yang terjadi antara pemilik saham serta manajer, sebab dari manajer juga akan mementingkan kepentingan pribadinya. Permasalahan ini disebut juga sebagai permasalahan keagenan. Sedangkan dari pemegang saham menginginkan adanya taraf pengembalian yang *relative* tinggi dari sumber daya yang di investasikan. Dari perkara tersebut sangat cocok bahwa manajemen tidak akan terus menerus mengikuti hukum dari pemegang saham sebab manajemen juga mempunyai kepentingan eksklusif. Untuk mengatasi masalah keagenan ini, banyak usaha yang sudah dilakukan salah satunya adalah adanya biaya keagenan (*agency cost*), yang kemudian akan dibebankan oleh *principal* dan *agent*. Ada 3 jenis biaya keagenan, yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. Pihak manajer tidak perlu memberikan informasi mengenai struktur modal pendanaan kepada para investor, dikarenakan bersifat tertutup. Terdapat perbedaan pendapat mengenai struktur modal terhadap nilai perusahaan, berikut penelitian terdahulu yang berpendapat bahwa struktur modal memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, yakni Josef R dan Maartje Paais (2020), M. Edo Suryawan Siregar, Sholatia Dalimunthe, dan Rony Safri (2019), Hung Ngoc Dang, Van Thi Thuy Vu, Xuan Thanh Ngo dan Ha Thi Viet Hoang (2019), Nur Avita Mahdhiyatul Aeni (2019), Tri Purwani dan Okta Oktavia (2018), Ananda

Adhitya N (2017), Ni Kadek Rai Prastuti dan I Gede Maerta Sudiarta (2016), Karina Meidiawati dan Titik Mildawati (2016). Berikut penelitian terdahulu yang berpendapat bahwa struktur modal tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, yakni Ida Nurhayati dan Kartika (2020).

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran Perusahaan (*Size*) adalah Salah satu indikasi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan jika perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerja yang ada di perusahaannya, sehingga para investor akan membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena investor percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut. Hal ini memberikan konfirmasi yang searah dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mildawati T, 2016) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik. Sehingga hipotesis memberikan hasil yaitu : H1 *Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Mildawati T, 2016). Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan jika perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerja yang ada di perusahaannya serta pemisahan tugas antara pihak *agent* dengan pihak *principal* berjalan dengan baik tanpa adanya perbedaan pendapat. Ukuran Perusahaan yang besar, dapat dilihat dengan adanya penerapan biaya keagenan (*agency cost*). Biaya keagenan yang diterapkan untuk ukuran perusahaan adalah *monitoring cost*, dimana biaya yang dibebankan oleh

principal untuk mengamati dan mengontrol perilaku *agent* agar mendapatkan kinerja yang baik. Adanya teori signal pada ukuran perusahaan, dapat membantu kinerja suatu perusahaan dikarenakan adanya perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan informasi untuk investor terkait dengan pandangan manajemen pada prospek perusahaan di masa depan. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan ialah suatu pengumuman akan memberikan sinyal untuk para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi atau pemegang saham untuk mendorong mereka berinvestasi dalam perusahaan sehingga akan meningkatkan suatu nilai perusahaan untuk masa yang akan mendatang. Investor akan membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena investor percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut. Terdapat penelitian terdahulu pada penelitian ini yang beranggapan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, berikut penelitian terdahulu yang berpendapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan: Muharramah Rizqia dan Hakim Zulman M (2021), M. Edo Suryawan Siregar, Sholatia Dalimunthe, dan Rony Safri (2019), Ni Kadek Rai Prastuti dan I Gede Maerta Sudhiarta (2016), AA Nugrah Dharma Adi Putra dan Putu Vivi Lestari (2016). Terdapat juga penelitian terdahulu pada penelitian ini berpendapat bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, yakni Josef R. dan Maartje Paais (2020), Nur Avita Mahdhiyatul Aeni (2019), Karina Meidiawati dan Titik Mildawati (2016).

Menurut (Mildawati T, 2016) Nilai Perusahaan adalah suatu organisasi mengkombinasikan dan mengorganisasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dihubungkan dengan dengan harga saham, dimana harga saham semakin tinggi berarti semakin tinggi juga tingkat pengembalian kepada investor dan semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan perusahaan tersebut, dengan cara memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham.

Menurut (Komala, 2021) Profitabilitas adalah sebuah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Laba sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas juga memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan, dikarenakan profitabilitas merupakan salah satu faktor untuk menilai baik buruknya kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi laba yang didapat, maka akan semakin nilai tinggi perusahaan, karena laba yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu para investor untuk meningkatkan permintaan saham, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik dan akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Menurut (Fitrianni, 2020) berpendapat bahwa Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban financial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Likuiditas dapat diukur dengan menggunakan perhitungan variabel yakni menggunakan CR (*Current Ratio*) yang

merupakan perbandingan antara aset lancar (*Current Asset*) dengan hutang lancar (*Current Liabilities*). Rasio lancar atau *Current Ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhannya. Seberapa besarnya Aset Lancar yang akan digunakan sebagai menutupi kewajibannya yang akan jatuh tempo. Kewajiban tersebut merupakan suatu hutang yang harus dilunasi (Kasmir, 2016).

Menurut (Avita dan Nur, 2019) berpendapat bahwa Pertumbuhan Perusahaan adalah suatu perbandingan total aset yang dimiliki oleh perusahaan dengan tahun sebelumnya. Jika jumlah total aset meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya maka dapat dikatakan perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang positif. Begitu juga sebaliknya, jika total aset mengalami penurunan maka perusahaan sedang dalam kondisi tidak baik. Peningkatan aset yang diikuti dengan peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya suatu kepercayaan dari pihak luar perusahaan, maka usaha perusahaan untuk menambah hutang menjadi lebih muda sehingga mengakibatkan proporsi hutang semakin lebih besar daripada modal sendiri.

Menurut (Ananda, 2017) Struktur modal atau sumber daya keuangan dasar perusahaan adalah aliran kas yang dihasilkan oleh aset dan operasinya. Ketika perusahaan didanai seluruhnya oleh saham biasa, semua arus kas itu menjadi milik pemegang saham. Ketika perusahaan menerbitkan utang dan ekuitas, perusahaan akan membagi arus kas menjadi dua aliran, aliran yang relatif aman yang menuju

pemegang utang dan aliran yang lebih berisiko yang menuju pemegang saham. Pada penelitian ini berpendapat bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dikarenakan investor lebih tertarik untuk melakukan analisis teknikal daripada fundamental.

Menurut (Lestari P, 2016) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aset, *log size*, harga pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan jumlah penjualan pada perusahaan, rata-rata penjualan, nilai pasar atas saham perusahaan tersebut. Jika ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh dapat menggambarkan tingkat profit di masa yang akan mendatang. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural (\ln) dari total aset, total aset (\ln) karena umumnya total aset ialah berjumlah milyaran atau triliun rupiah.

Penelitian ini, terdapat 2 jurnal yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertama menurut dari penelitian (Ananda, 2017) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan investor lebih tertarik untuk melakukan analisis teknikal daripada fundamental. Lalu, yang kedua dari penelitian (Hakim, 2021) berpendapat bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *property, real estate*, dan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019, dikarenakan nilai profitabilitas pada t-statistik $ROA < t$ Tabel dan hasil profitabilitas menunjukkan kurang dari 0.05.

Penelitian ini menggunakan 2 Grand Theory, yang pertama Agency Theory dan yang kedua Signalling Theory. Yang pertama, Agency Theory menjelaskan

mengenai sebuah entitas bisnis yang mempunyai hubungan dengan perekonomian. Dalam hubungan keagenan berdasarkan kontrak yang terjadi di antara para anggota dalam perusahaan, yakni antara *principal* dan *agen* sebagai pelaku utamanya. Banyak *principal* yang memanfaatkan *agent* untuk menjalankan tugas yang dimiliki oleh *principal*, seperti pelimpahan kekuasaan dari *principal* kepada *agent*. *Agency theory* juga mengungkapkan perihal adanya pemisahan yang terjadi antara pemilik saham dan manajer. Namun, dengan adanya pemisahan ini justru mengakibatkan permasalahan yang terjadi antara pemilik saham serta manajer, sebab dari manajer juga akan mementingkan kepentingan pribadinya. Permasalahan ini disebut juga sebagai permasalahan keagenan. Sedangkan dari pemegang saham menginginkan adanya taraf pengembalian yang *relative* tinggi dari sumber daya yang di investasikan. Dari perkara tersebut sangat cocok bahwa manajemen tidak akan terus menerus mengikuti hukum dari pemegang saham sebab manajemen juga mempunyai kepentingan eksklusif.

Untuk mengatasi masalah keagenan ini, banyak usaha yang sudah dilakukan salah satunya adalah adanya biaya keagenan (*agency cost*), yang kemudian akan dibebankan oleh *principal* dan *agent*. Ada 3 jenis biaya keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976) yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. *Monitoring cost* ialah biaya yang dibebankan oleh *principal* untuk mengamati dan mengontrol perilaku *agent*. *Bonding cost* ialah biaya yang dibebankan oleh *agent* untuk memastikan adanya prosedur yang menyatakan bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*. Terakhir *Residual loss*, yaitu kemakmuran *principal* dikarenakan keputusan *agent* dan *principal* yang berbeda.

Meskipun sudah terdapat *agency cost*, namun fakta yang terjadi adalah informasi pada organisasi dikelola oleh *agent*. Apabila *agent* mengelola organisasi dengan tidak baik, maka ada indikasi dari pihak *agent* melakukan rekayasa terhadap informasi tersebut. Kondisi ini akan menguntungkan pihak *agent* atau disebut dengan asimetri informasi.

Hubungan ini dapat memotivasi para individu untuk memperoleh tujuan yang benar dan baik. Teori ini menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen, dimana pihak prinsipal ini memberikan intruksi pada pihak lain sedangkan agen seseorang yang melakukan kegiatan atas tanggung jawab atau atas nama prinsipal dalam pengambilan keputusan.

Yang kedua, Signalling Theory menjelaskan mengenai suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan informasi untuk investor terkait dengan pandangan manajemen pada prospek perusahaan di masa depan. Pemberian sinyal ini dimaksudkan untuk mengurangi informasi yang tidak seimbang diantaranya perusahaan dengan investor. Sinyal ini sendiri adalah proses yang memakan biaya, berupa deadweight costing yang bertujuan untuk menyakinkan investor tentang nilai perusahaan. Sinyal yang baik adalah yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain yang memiliki nilai rendah karena faktor biaya. Sinyal dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan A lebih baik daripada perusahaan B atau perusahaan lainnya. Sinyal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Pada teori *signal* ini, dikembangkan oleh Ross tahun 1977. Dalam membangun teori *signal* berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi

yang berasal dari manajemen (*well-informed*) dan informasi yang berasal dari pemegang saham (*poo-informed*). Teori *signal* ini berdasarkan dari suatu pemikiran manajemen yang akan memberikan suatu informasi kepada investor atau pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik dengan keterkaitan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi para investor tidak mempercayai informasi tersebut dikarenakan para manajer dianggap memiliki kepentingan tersendiri atau disebut juga dengan *Interest Party*, sehingga perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan melakukan *signaling* terhadap kebijakan keuangan perusahaan dan hal tersebut berbeda dengan perusahaan yang memiliki nilai yang rendah.

Teori *signal* ini menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas yang baik secara tidak langsung akan memberikan sinyal pada pasar dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang baik dan perusahaan yang buruk. Teori *signal* ini dapat digunakan sebagai pembahasan ketika naik turunnya harga saham di pasar modal, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. Tanggapan para investor terhadap sinyal ini dapat menghasilkan sebuah hasil yang positif serta negatif yang mempengaruhi kondisi pasar. Investor akan bereaksi dengan berbagai cara, seperti melihat dan menunggu hasil perkembangan harga saham di pasar modal yang ada, selanjutnya perusahaan dapat mengambil keputusan untuk langkah selanjutnya.

Pada penelitian ini, penulis memilih perusahaan 3 subsektor perdagangan, jasa, dan investasi dikarenakan sebagian besar investor biasanya menggunakan Rasio tersebut Return on Asset (ROA), Current Ratio (CR), Growth, Debt Equity

Ratio, *Size* merupakan bagian dari rasio keuangan yang biasanya digunakan oleh sebagian besar investor. Analisis empat rasio ini berpengaruh terhadap harga saham pada Bursa Efek Indonesia, karena semakin besar tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka akan semakin besar juga minat investor untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan tersebut. Umumnya perusahaan perdagangan jasa investasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, maka dari itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan sektor perdagangan jasa investasi. Oleh sebab itu, peneliti tertarik mengambil penelitian pada perusahaan investasi dengan mengembangkan penelitian-penelitian terdahulu. Periode tahun 2018-2021 dipilih dalam penelitian ini karena untuk menggambarkan kondisi terbaru perusahaan dalam investasi. Berdasarkan hal tersebut tentu membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi, karena laba yang tinggi investor mengharapkan pengembalian yang lebih besar dari investasinya. Hal tersebut mempengaruhi harga saham seiring dengan semakin tinggi permintaan akan saham perusahaan, maka akan membuat harga saham naik dan sebaliknya jika permintaan rendah otomatis harga saham juga akan turun.

Dengan adanya 5 faktor variabel pada penelitian ini, penulis mengharapkan pembaca dapat mengambil informasi untuk mengembangkan nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI ?

2. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI ?
3. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI ?
4. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI ?
5. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Perdagangan Jasa Investasi yang terdaftar di BEI.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan melalui penelitian yang dilakukan, hasil penelitian dapat memberikan peran serta dalam mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai sebuah dampak Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan subsector perdagangan jasa investasi yang terdaftar di BEI melalui analisa data kuantitatif. Serta penentuan keputusan financial dan menentukan sekaligus menetapkan prosedur strategis di masa yang akan datang bagi perusahaan. Bagi para manager dan pemilik perusahaan, dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk memutuskan

bagaimana cara mengembangkan serta memperkuat strateginya atau juga sistem pada perusahaan dapat memberikan kinerja yang lebih optimal.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan Proposal ini berisi tentang urutan penulisan dari setiap bab, mulai dari Bab I hingga Bab III.

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang pendahuluan dan merupakan bagian awal dari proposal yang terdiri dari :

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

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai pembahasan Penelitian terdahulu, Kerangka pemikiran.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengujian Hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran penelitian.