

REVIEW ATAS NILAI PERUSAHAAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Mohamad Erwin Gunawan^{a,1}

^aProgram Studi Sarjana Akuntansi; Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹Erwin.gunawan1004@gmail.com

*Erwin.gunawan1004@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, likuiditas dan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan jurnal terdahulu sebagai acuan. Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan, begitupun sebaliknya, semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan akan membuat nilai perusahaan menjadi turun. Begitu pun dengan pertumbuhan perusahaan, semakin baik pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, namun lain halnya dengan likuiditas, semakin tinggi rasio likuiditas dapat menurunkan nilai perusahaan sebab terjadi kekhawatiran pada investor jika likuiditas tinggi dapat menghambat perusahaan dalam menghasilkan laba.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Pertumbuhan perusahaan; Likuiditas

Abstract

REVIEW OF COMPANY VALUES AND FACTORS THAT INFLUENCE THEM. *The aim of this research is to find out empirical evidence about the factors that influence company value. The independent variables in this research are profitability, company growth, liquidity and the dependent variable is company value. This research uses a quantitative descriptive analysis method with previous journals as a reference. Profitability affects the value of the company, the higher the profitability of a company, the higher the value of the company, and vice versa, the lower the profitability of a company will cause the value of the company to decrease. Likewise with company growth, the better the company's growth will increase the company's value in the eyes of investors, but the situation is different with liquidity, the higher the liquidity ratio can reduce the company's value because investors are worried that high liquidity can hinder the company from generating profits.*

Keywords: Firm Value; Profitability; company Growth; liquidity

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi membawa perubahan dinamis bagi ekonomi Indonesia, ditandai dengan fluktuasi global yang menghadirkan persaingan sengit antar pelaku usaha. Hal ini memberikan pengaruh signifikan terhadap lanskap bisnis di Indonesia. Tingkat persaingan yang semakin intens memaksa perusahaan untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya seoptimal mungkin agar terus bertumbuh di tengah ketidakpastian ekonomi (Riadani et al., 2024).

Nilai bagi para investor tercermin dalam harga saham perusahaan yang juga menggambarkan nilai dari sebuah perusahaan. Harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang baik di mata investor, sebaliknya harga saham yang rendah menunjukkan nilai perusahaan yang rendah (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Horne dan Wachowicz (2012) dalam (Dei, A.K. 2023) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai harga saham yang harus dibayarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Dalam konteks manajemen keuangan, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan

tersebut. Tabel 1.1 di bawah ini menggambarkan trend harga saham pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2022. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan dari asset ataupun modal yang mereka miliki (C. K. Saputri & Giovanni, 2021). Variabel leverage menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel leverage adalah rasio yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan untuk melunasi utang-utang yang dimilikinya dibandingkan dengan total asset yang dimiliki (Santoso & Junaeni, 2022). Variabel pertumbuhan perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan. Saraswathi et. al (2016) dalam (Chynthiawati & Jonnardi, 2022) Pertumbuhan perusahaan merupakan kenaikan atau penurunan atas jumlah asset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Murhadi (2013) dalam (Anggraini & Wahyono, 2020) Semakin tinggi rasio likuiditas, semakin baik nilai perusahaan, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajibannya dengan aset lancar yang dimilikinya. Di samping itu, berdasarkan review

dari beberapa literatur terdapat beberapa variabel lain seperti: Ownership Concentration, Cash Holding, Good Corporate Governance, Kebijakan Deviden, Perencanaan Pajak, dan Pertumbuhan penjualan yang mungkin dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam pembahasan makalah ini penulis mengambil judul “**Review Atas Nilai Perusahaan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya**”. Penulisan ini berdasarkan pada beberapa jurnal yang di review oleh penulis dan penilaian dari sudut pandang penulis.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk : Megetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Manfaat

Adapun manfaat panulisan ini yaitu sebagai berikut.

Bagi Pelaku Usaha

Makalah ini disusun sebagai salah satu persyaratan bagi penulis dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang. Penyusunan makalah ini juga diharapkan dapat membantu penulis dalam memperluas pemahaman mengenai nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Bagi Universitas Pamulang

Makalah ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan rujukan bagi sivitas akademika Universitas Pamulang dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan keuangan terkait dengan nilai perusahaan.

Bagi Pelaku Usaha

Makalah ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi para pelaku usaha dalam mengambil keputusan strategis perusahaan yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Informasi tentang nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dapat membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan yang lebih tepat dan menguntungkan bagi perusahaan

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan

Agency theory (teori keagenan) adalah suatu wewenang yang diberikan kepada agen yaitu manajemen untuk melakukan tindakan untuk kepentingan pemilik yaitu prinsipal (Raharjo 2007). Ahmad dan Septriani (2008) menyatakan tujuan utama teori keagenan adalah menjelaskan bagaimana cara pihak – pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak dengan tujuan meminimalisir cost sebagai dampak adanya informasi yang tidak simetris dan kondisi ketidakpastian.

Informasi akuntansi manajemen dalam teori keagenan digunakan untuk dua tujuan. Pertama, sebagai acuan pengambilan keputusan oleh agen dan prinsipal. Kedua, untuk mengetahui apakah kontrak kerja yang sudah dibuat dan disetujui sesuai dengan yang terjadi dengan cara mengevaluasi dan juga apakah hasil yang dibagikan sesuai dengan kontrak kerja (Raharjo 2007).

Pembagian peran antara pembuat keputusan dan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer sebagai pembuat keputusan mengutamakan kepentingan pribadinya. Investor berupaya agar manajer tidak memegang kas terlalu banyak untuk menghindari pemakaian kas untuk kepentingan pribadi. Tindakan seperti ini akan menimbulkan masalah agensi dan mengakibatkan munculnya biaya agensi (*agency cost*) (Auditta et al 2011).

Untuk mengurangi timbulnya masalah keagenan, manajemen perusahaan harus melaksanakan

tanggung jawabnya dengan diawasi oleh investor sehingga investor dan manajer perusahaan mendapatkan kepentingan sesuai dengan porsi masing-masing. Dalam hal ini manajer bertanggung jawab untuk meningkatkan nilai perusahaan agar dapat memberikan hasil yang baik bagi investor dan manajemen perusahaan (Auditta et al 2011).

Teori Sinyal

Signaling theory merupakan sinyal yang menggambarkan kondisi perusahaan kepada investor sebagai rasa tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan (Lanawati dan Amilin 2015). Agar sinyal yang diberikan efektif maka harus dapat ditangkap oleh pasar dan dipersepsikan baik dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain yang berkualitas buruk (Paramita 2012). Perusahaan pasti akan menghasilkan baik keuntungan ataupun kerugian, keuntungan dan kerugian ini akan menjadi berita di pasar modal, Dimana keuntungan akan menjadi berita baik yang akan memberikan sinyal positif yang bisa menarik investor dan begitu pula sebaliknya (Ratih dan Damayanthi 2016).

Paramita (2012) menyatakan, informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajemen, sedangkan investor tidak mengetahui informasi tersebut membuat adanya informasi yang tidak simetris (*asymmetric information*) antara manajemen dan investor. Asimetri informasi muncul saat manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan investor dan *stakeholder* lainnya. Dengan kata lain asimetri informasi timbul karena satu pihak

memiliki pengetahuan yang tidak dimiliki oleh pihak lain.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan pencapaian suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses dalam waktu lama, yaitu dari perusahaan didirikan sampai sekarang (Denziana dan Monica 2016). Menurut Franita (2016) nilai perusahaan adalah harga yang dapat dijual dengan kesepakatan harga yang akan dibayar oleh pembeli.

Tingginya harga saham akan meningkatkan juga nilai perusahaannya dan kemakmuran investor akan semakin tinggi. Rendahnya harga saham juga berpengaruh pada nilai perusahaan yang rendah juga yang berakibat pada anggapan investor terhadap perusahaan yang kurang baik (Agustina 2017). Hal ini dikarenakan harga saham merupakan gambaran dari nilai asset perusahaan yang sesungguhnya yang dapat dipengaruhi oleh peluang investasi. Meidiawati dan Mildawati (2016) menyatakan bahwa dengan adanya peluang investasi akan memberi sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa depan yang dapat meningkatkan harga saham.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *proxy tobin's Q* dan *Price Book Value* (PBV). Rasio Tobin's Q merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana estimasi pasar keuangan saat ini berkaitan dengan nilai hasil pengembalian setiap dolar investasi inkremental. Penggunaan rasio tobin's Q diberbagai penelitian telah mengalami berbagai modifikasi dari formulasi aslinya yang

dikemukakan oleh Linbenberg dan Ross (1981). Sedangkan PBV adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham.

Profitabilitas

Menurut Gimán dan Zutter (2015) terdapat beberapa rasio untuk mengukur Tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Dengan rasio profitabilitas, para pemangku kepentingan dapat mengetahui dan mengevaluasi tingkat keuntungan suatu perusahaan sehubungan dengan kegiatan penjualan pada tingkat tertentu, pengelolaan aset atau investasi yang sudah dilakukan pemilik perusahaan. Tanpa keuntungan perusahaan tidak dapat menarik banyak modal dari luar. Selain itu, para pemilik perusahaan, investor, kreditur, dan manajemen sangat memperhatikan tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan didalam pasar. Lalu, Hery (2017) menjelaskan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Pertumbuhan Perusahaan

Gitman dan Gutter (2015) menjelaskan bahwa manajemen keuangan suatu perusahaan secara langsung berhubungan dengan seberapa besar perusahaan diharapkan akan bertumbuh dan aset apa yang diharapkan untuk dimiliki oleh suatu perusahaan. Lalu, Suwardika dan

Mustanda (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Maulidiya (2020) mengungkapkan bahwa pertumbuhan (*Growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industry yang sama. Jadi, investor akan lebih meminati perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi dibandingkan perusahaan yang tingkat pertumbuhannya rendah. Fajaria dan Isnalita (2018) menyatakan bahwa *growth* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan dapat dilihat dari berkembangnya aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Subramanyam (2014) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan (*sales growth*), pertumbuhan aset (*asset growth*), dan tingkat pendapatan (*profitability*). Pertumbuhan penjualan seringkali dilihat dari satu atau lebih factor yaitu (1) Perubahan harga; (2) Perubahan volume; (3) Akuisisi/Divestasi; dan (4) Perubahan Kurs Nilai Tukar. Adapun pertumbuhan perusahaan menurut Titman dan Wessels (1988) dapat diukur melalui pendapatan tahun sekarang dikurangi dengan pendapatan tahun sebelumnya.

Likuiditas

Menurut Van Horne dan Wachowics (2008) rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan

membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek yang tersedia untuk memenuhi kewajiban yang dimiliki. Menurut Brighman dan Houston (2019) rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya dengan liabilitas lancarnya. Rasio likuiditas terdiri dari rasio lancar (*current rasio*) dan rasio cepat (*quick rasio*). Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Apabila likuiditas baik, maka perusahaan akan efektif dalam menghasilkan laba yang nantinya akan berdampak pada nilai perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Analisis deskriptif kuantitatif, menurut Bungin (2015) adalah metode untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkas beragam kondisi, situasi, kejadian, atau variabel penelitian berdasarkan peristiwa yang dapat dipotret, diwawancarai, dilihat, dan diungkapkan melalui sumber terdokumentasi. Tujuan dari analisis ini ialah untuk mendeskripsikan temuan penelitian berdasarkan data yang dianalisis, menjelaskan temuan deskripsi penelitian berdasarkan data tersebut, dan memvalidasi kebenaran dan keakuratan temuan. Pada penelitian ini penulis menggunakan tiga jurnal terdahulu sebagai acuan.

Objek Analisis

Dalam analisis ini, penulis merujuk pada tiga jurnal sebelumnya yang memiliki beberapa variabel yang serupa dalam penelitiannya, dimana Nilai Perusahaan menjadi variabel dependen. Sementara itu, variabel

Profitabilitas, Leverage, pertumbuhan perusahaan, likuiditas, Ownership Concentration, Cash Holding, Good Corporate Governance, Kebijakan Dividen, Perencanaan Pajak, dan Pertumbuhan Penjualan merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan.:

- Judul jurnal : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.
- Nama penulis : Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni
- Penerbit : Universitas Tidar
- No. ISSN : 2541-2655
- Tanggal terbit : 1 April 2021
- Kata kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas

Jurnal ke-2 (dua)

- Judul jurnal : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
- Nama penulis : Liliy Chynthiawati dan Jonnardi
- Penerbit : Universitas Tarumanagara
- No. ISSN : 2089-5879
- Tanggal terbit : Oktober 2022
- Kata kunci : Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas, Nilai Perusahaan

Jurnal ke-3 (tiga)

- Judul jurnal : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
- Nama penulis : Buono Aji Santoso, Irawati Junaeni

- Penerbit : Perbanas Institute Jakarta
- No. ISSN : 2548-9224
- Tanggal terbit : 2 April 2022
- Kata kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan

Hasil Analisis

Jurnal “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan” oleh Liliy Chynthiawati dan Jonnardi (2022) memiliki kelebihan dalam menyajikan analisis mendalam mengenai bagaimana variabel-variabel tersebut mempengaruhi nilai perusahaan sektor infrastruktur, transportasi, dan utilitas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, variabel independen yang diteliti hanya empat, yaitu profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas, padahal masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kedua, jumlah data yang digunakan hanya 35, yang dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Ketiga, fokus penelitian hanya pada perusahaan sektor infrastruktur, transportasi, dan utilitas, sehingga hasilnya tidak dapat diterapkan secara langsung pada sektor lain. Terakhir, perhitungan variabel dependen dan independen hanya menggunakan satu proksi dari beberapa proksi yang mungkin tersedia, yang dapat membatasi keluasan analisis.

Jurnal berjudul “Pengaruh Ownership Concentration, Cash Holding, Good Corporate Governance, ROE dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tahun 2019-2021” oleh Salim et al., (2023) memiliki beberapa kelebihan, antara lain memberikan analisis secara rinci dan sangat mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam sektor industri barang konsumsi, serta menggunakan data yang relevan. Namun, jurnal ini juga memiliki keterbatasan, yaitu penelitian hanya dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk sektor industri lainnya.

Jurnal “Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018)” menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diolah dengan SPSS versi 24, serta memilih sampel secara purposive sampling, dengan total data dari 10 perusahaan selama 5 tahun. Salah satu kelebihan dari penelitian ini adalah memberikan bukti empiris yang spesifik pada sektor properti dan real estate, yang relevan mengingat sektor ini tengah berkembang pesat di Indonesia. Namun, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain populasi yang terbatas pada perusahaan properti dan real estate serta periode penelitian yang dibatasi pada tahun 2014-2018. Selain itu, metode purposive sampling yang digunakan mengurangi generalisasi hasil penelitian ini untuk seluruh perusahaan publik yang terdaftar di BEI. Terakhir, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen, sehingga masih banyak faktor lain yang mempengaruhi nilai

perusahaan yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba selama periode tertentu melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki seperti penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya. Profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dengan cara membandingkan antara laba dengan modal yang digunakan.

Profitabilitas merupakan salah satu rasio finansial yang digunakan untuk menilai sebuah perusahaan. Untuk mengetahui seberapa baik keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba diperlukan suatu ukuran. Ukuran yang digunakan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan penjualan, aset, maupun laba bagi modal sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan pada jurnal ke-1 (satu) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arindita dan Sampurno (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan pada jurnal ke-2 (dua) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hasil penelitian dari jurnal ke-3 (tiga) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil

Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saputri & Giovanni (2021) yang menjelaskan bahwa profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari tiga jurnal yang telah dianalisa menunjukkan hasil yang konsisten bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu penulis berpendapat bahwa profitabilitas yang diperoleh sebuah perusahaan akan mempengaruhi besarnya jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham perusahaan. Jika perusahaan memperoleh laba dalam jumlah besar maka kemampuan untuk membayar dividen semakin besar. Sehingga besarnya jumlah dividen mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang meningkat setiap tahunnya menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami kemajuan atau sedang mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan dengan pertumbuhan yang meningkat akan lebih leluasa dalam menjalankan semua kegiatan perusahaan seperti peningkatan penjualan dan tentunya peningkatan kepercayaan investor terhadap perusahaan seiring dengan pertumbuhan perusahaan yang meningkat.

Hasil dari penelitian jurnal ke-1 (satu) disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dewi dan Candradewi

(2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh tersebut menunjukkan bahwa apabila pertumbuhan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tidak mengalami peningkatan.

Hasil dari penelitian jurnal ke-2 (dua) menyimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak hanya berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tetapi juga signifikan, karena investor beranggapan jika aset perusahaan dapat bertambah dibandingkan tahun sebelumnya, maka perusahaan tersebut mengalami perkembangan. Aset perusahaan yang meningkat dari pada tahun sebelumnya akan menarik perhatian pihak eksternal untuk berinvestasi di perusahaan yang membuat nilai dari perusahaan tersebut juga meningkat.

Adapun hasil dari penelitian jurnal ke-3 (tiga) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh Saputri dan Giovanni (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari tiga jurnal yang telah dianalisa menunjukkan hasil yang inkonsisten, namun dalam hal ini penulis berasumsi jika pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan membuat investor percaya untuk berinvestasi di perusahaan tersebut yang dapat mengakibatkan nilai perusahaan juga menjadi meningkat.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.

Likuiditas adalah suatu indikator untuk mengukur suatu

perusahaan dalam melunasi kewajiban (Utang) jangka pendek dalam waktu yang tidak terlalu lama, termasuk utang jangka Panjang yang jatuh tempo pada tahun yang bersangkutan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Likuiditas merupakan salah satu aspek keuangan yang penting untuk dianalisis, karena merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan yang dilihat dari seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya.

Likuiditas menjadi salah satu faktor yang menentukan sukses atau gagalnya perusahaan. Penyediaan kebutuhan uang tunai dan sumber-sumber untuk memenuhi kebutuhan tersebut ikut menentukan sampai seberapa jauh perusahaan tersebut menanggung risiko.

Dalam penelitian yang dilakukan pada jurnal ke-1 (satu) menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan perusahaan untuk membayar kewajiban yang tinggi (Tingkat likuiditas yang terlalu tinggi) akan mempengaruhi tingkat pengembalian kepada pemegang saham. Hal itu disebabkan karena likuiditas yang terlalu tinggi dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dalam penelitian jurnal ke-2 (dua) juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. karena pihak eksternal menganggap perusahaan tidak berkemampuan untuk memanfaatkan dan menggunakan aset/aktiva lancar dengan bijaksana atau seefektif mungkin sehingga banyak aset lancar yang tidak digunakan untuk investasi lebih lanjut dalam perusahaan yang menyebabkan

nilai dari perusahaan tersebut tidak meningkat, melainkan menurun karena rasio likuiditas yang tinggi. Namun dalam jurnal ke-3 (tiga) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari tiga jurnal terdahulu yang telah dianalisis menunjukkan hasil yang inkonsisten pada pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, namun penulis meyakini bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebab Likuiditas dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban yang harus diselesaikan. Hal tersebut akan memberikan dampak besar pada nilai perusahaan di hadapan para investor dalam mengambil keputusan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut adalah kesimpulan dari review jurnal yang dilakukan.

1. Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, leverage, likuiditas, ownership concentration, dan kebijakan dividen.

Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, leverage, likuiditas, dan ownership concentration berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2. Faktor yang tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu cash holding, good corporate governance, perencanaan pajak, dan pertumbuhan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Wahyono, M. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Konsisten Terdaftar Dalam Indeks Lq-45 Periode 2016-2018). (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022a). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599.
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022b). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599.
- Dei, A. K. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Pada Sektor Pertanian Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016–2020. Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Fitriah, S. C., Novitasar, D., Batubara, N. A., Gulo, Y. N., & Holiawati. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding PIM*.
- Hendro, T. (2017). *Etika Bisnis Modern Pendekatan Pemangku Kepentingan Dan Teknologi Informasi*. Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Novita, H., Samosir, R. C., Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 77–86.
- Riadani, A. R., Hariyanto, E., Fitriati, A., & Santoso, S. E. B. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Industri di BEI. *Jurnal Ecogen*, 7(1), 88–99.
- Romadhina, A. P., & Andhitiyara, R. (2021). Pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(2), 358–366.
- Salim, A. P., Gabrielia, G., Lim, V., Sinaga, A. N., & Ginting, M. C. (2023). Pengaruh Ownership Concentration, Cash Holding, Good Corporate Governance, ROE dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5469–5482.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597–1609.
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108.
- Saputri, E. D., Pratiwi, D. N., & Rukmini, R. (2023). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan: Peran moderasi kepemilikan manajerial pada perusahaan sektor infrastruktur.

Journal of Accounting and Digital Finance, 3(2), 82–93.

Sari, D. P., Depamela, F. L., Wibowo, L. E., & Febriani, N. (2023). Implmentasi Teori Agensi, Efisiensi Pasar, Teori Sinyal dan Teori Kontrak Dalam Pelaporan Akuntansi Pada PT. Eskimo Wieraperdana. Researchgate. Net.

Sitanggang, A. V, Purnomo, L. I., & Agustina, F. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan. Proaksi, 1(1), 658–672.

Siti, S., & Ahalik, A. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Online Insan Akuntan, 5(1), 41–56.

Bursa Efek Indonesia. “Fact Sheet Indeks IDX Sektor Barang Konsumen Primer (IDXNONCYC) per Agustus 2022.” Internet: <https://idx.co.id/Media/20221009/fs-idxnoncyc-2022-08.pdf>. [July. 3, 2024].