

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berdasarkan Laporan Perekonomian Indonesia yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2022 tercatat sebesar 3,4% atau turun 2,9% dibandingkan dengan tahun 2021 yaitu sebesar 6,3%. Faktor yang memicu keadaan ekonomi global saat ini yaitu dari harga pangan dan energi yang meningkat, gejolak sektor finansial, inflasi yang meningkat dan timbulnya ketegangan geopolitik antara Rusia dan Ukraina yang belum usai. IMF memprediksi di tahun 2023 pertumbuhan dunia jauh lebih rendah yaitu 2,8% atau lebih rendah dari pertumbuhan tahun sebelumnya yaitu tahun 2022.

Hal yang menyebabkan pertumbuhan dunia lebih rendah itu karena sektor finansial yang masih bergejolak dan kinerja negara maju yang masih lemah. Ekonomi di negara maju diperkirakan hanya tumbuh 1,3%, jauh lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2022 yaitu sebesar 2,7%. Sejalan dengan negara maju, proyeksi pertumbuhan ekonomi di negara berkembang juga melambat di tahun 2023 menjadi 3,9% dari tahun 2022 yaitu sebesar 4,0% (IMF, 2023).

Saat ekonomi dunia melambat, Indonesia sebagai salah satu negara Asia Tenggara yang menunjukkan performa ekonomi yang solid dengan tumbuh 5,31% pada tahun 2022 lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2021 yaitu sebesar 3.70% Ekonomi Indonesia berhasil bangkit dari keterpurukan pasca pandemi Covid-19 yang telah melanda sejak tahun 2020 sampai tahun 2021. Hal ini ditunjukkan dari pertumbuhan ekonomi yang terus naik sejak tahun 2021.

Selain peningkatan dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, terdapat juga peningkatan dalam dunia investasi. Melansir berita inews.id (2020) investor pasar modal di Indonesia tumbuh signifikan sebesar 22% dari tahun 2019. Jumlah investor di tahun 2020 mencapai 3,02 juta meski terdampak Covid-19.

Hal ini dibuktikan dengan data statistik publik yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) bahwa ada peningkatan dari tahun 2019 - 2022. Jumlah investor pasar modal telah meningkat 33,53% dari 7.489.337 di akhir tahun 2021 menjadi 10.000.638 pada tanggal 22 November 2022. Peningkatan tersebut telah terlihat sejak tahun 2019 ketika investor masih berjumlah 2.484.354.

Kemudian CNBC, Indonesia (2020) melansir bahwa aktivitas perdagangan Bursa Efek Indonesia di tahun 2020 juga mengalami peningkatan yang tercermin dari kenaikan rata-rata frekuensi perdagangan yang meningkat sampai 32% yaitu menjadi 619.000 kali per hari di bulan November 2020. Selain itu, rata-rata Nilai Transaksi Harian (RNTH) mencapai 9,18 triliun. Hal ini menandakan tingginya minat masyarakat dalam maupun luar negeri untuk menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Tingginya minat masyarakat untuk menanamkan modalnya tersebut harus didukung oleh peningkatan kinerja perusahaan. Karena investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik. Investor yang ingin menanamkan modalnya harus menganalisis dan melakukan penilaian terlebih dahulu sebelum menentukan keputusan investasi. Hal tersebut diharapkan untuk mengurangi risiko kerugian di masa yang akan datang (Krisnando & Novitasari, 2021).

Memahami laporan keuangan yang menyajikan kondisi perusahaan saat ini menjadi penting untuk menghasilkan pendapatan dalam dunia investasi. Baik buruknya catatan laporan keuangan dapat mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan, dapat mempengaruhi persepsi para investor dan memandang perusahaan mempunyai reputasi yang baik karena nilai perusahaan yang tinggi menandakan kinerja perusahaan yang baik sehingga perusahaan akan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

Menurut Husnan (2014:7) dalam (Suwardika & Mustanda, 2017) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh

calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka ke publik atau telah menawarkan sahamnya ke publik maka nilai perusahaan dapat diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat digunakan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, yang dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga perusahaan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *Price to Book Value*. Brigham dan Houston (2018:152) dalam (Susesti & Wahyuningtyas, 2022) menyatakan bahwa *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham, dimana nilai buku per saham perusahaan merupakan perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham perusahaan yang beredar. Semakin tinggi nilai PBV maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang digunakan sebagai objek penelitian. Perusahaan *consumer non-cyclicals* atau perusahaan barang konsumen primer merupakan perusahaan yang menyediakan produk primer. Alasan memilih perusahaan *consumer non-cyclicals* karena pada perusahaan ini belum banyak penelitian yang menggunakan sektor ini sebagai objek, sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut di sektor ini.

Nilai perusahaan yang di ukur dengan PBV yang tinggi menjadi harapan para pemilik perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan bisnis pada saat ini, sebab nilai PBV yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Berikut ini rata-rata nilai perusahaan

*consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022 yang akan di sajikan pada grafik 1.1.



**Grafik 1.1 Rata-rata Tingkat Nilai Perusahaan Perusahaan *Consumer Non Cyclicals* Tahun 2018-2022**

Berdasarkan grafik 1.1 yang menunjukkan rata-rata tingkat nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Non Cyclicals* pada periode 2018-2022 diketahui bahwa nilai PBV mengalami penurunan yang signifikan. Sejak tahun 2018-2021 nilai PBV perusahaan *consumer non cyclicals* mengalami penurunan secara signifikan dan mengalami kenaikan lagi di tahun 2022 sebesar 0.4451 kali. Untuk lebih jelas, di bawah di sajikan tabel 1.1 mengenai perhitungan nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non cyclicals* periode 2018-2022.

**Tabel 1.1  
Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022**

NO	KODE	2018	2019	2020	2021	2022	RATA-RATA PBV	KET
1	AALI	1.20	1.51	1.26	0.89	0.71	1.12	Ideal
2	ADES	1.13	1.09	1.23	2.00	3.48	1.78	Ideal
3	AGAR	-	3.64	3.74	3.39	2.60	3.34	Ideal
4	AISA	-	-	5.83	2.18	1.71	1.94	Ideal
5	ALTO	2.27	2.30	1.82	1.69	0.32	1.68	Ideal
6	AMMS	-	-	-	-	0.75	0.75	Tidak Ideal
7	AMRT	6.63	5.46	4.48	5.74	9.81	6.42	Ideal
8	ANDI	15.20	1.80	1.98	1.88	1.96	4.56	Ideal
9	ANJT	0.69	4.44	3.18	3.87	2.41	2.92	Ideal

NO	KODE	2018	2019	2020	2021	2022	RATA-RATA PBV	KET
10	ASHA	-	-	-	-	4.67	4.67	Ideal
11	BEEF	-	1.99	(1.09)	(0.31)	(0.23)	0.09	Tidak Ideal
12	BISI	2.18	1.36	1.26	1.09	1.57	1.49	Ideal
13	BOBA	-	-	-	-	0.00	0.00	Tidak Ideal
14	BTEK	3.07	1.08	1.39	1.48	1.92	1.79	Ideal
15	BUAH	-	-	-	-	5.78	5.78	Ideal
16	BUDI	0.38	0.39	0.36	0.63	0.76	0.51	Tidak Ideal
17	BWPT	0.95	1.06	1.32	1.15	1.01	1.10	Ideal
18	CAMP	2.30	2.35	1.85	1.37	1.91	1.96	Ideal
19	CBUT	-	-	-	-	8.85	8.85	Ideal
20	CEKA	0.84	0.88	0.84	0.81	0.76	0.82	Tidak Ideal
21	CLEO	5.36	7.91	6.71	5.63	5.62	6.25	Ideal
22	CMRY	-	-	-	5.74	6.41	6.08	Ideal
23	COCO	-	4.66	3.62	1.17	1.17	2.66	Ideal
24	CPIN	6.11	5.06	4.59	3.88	3.52	4.63	Ideal
25	CPRO	4.43	9.10	4.22	1.98	0.99	4.14	Ideal
26	CRAB	-	-	-	-	2.40	2.40	Ideal
27	CSRA	-	-	1.35	1.31	1.21	1.29	Ideal
28	DAYA	3.11	4.28	7.86	10.23	15.08	8.11	Ideal
29	DEWI	-	-	-	-	2.92	2.92	Ideal
30	DLTA	3.44	4.50	3.47	2.97	3.07	3.49	Ideal
31	DMND	-	-	1.87	1.67	1.43	1.65	Ideal
32	DPUM	0.38	0.43	0.31	-	-	0.22	Tidak Ideal
33	DSFI	1.03	0.94	0.79	0.84	0.72	0.86	Tidak Ideal
34	DSNG	1.22	1.34	1.06	0.77	0.71	1.02	Ideal
35	ENZO	-	-	-	2.00	1.16	1.58	Ideal
36	EPMT	0.98	0.91	0.87	1.07	1.05	0.98	Tidak Ideal
37	EURO	-	-	-	-	13.82	13.82	Ideal
38	FAPA	-	-	-	3.89	4.18	4.03	Ideal
39	FISH	1.32	1.20	0.71	1.77	1.29	1.26	Ideal
40	FLMC	-	-	-	0.84	-	0.42	Tidak Ideal
41	FOOD	-	1.19	1.36	2.22	2.56	1.83	Ideal
42	GGRM	3.57	2.00	1.35	0.99	0.60	1.70	Ideal
43	GOLL	0.34	-	-	-	-	0.07	Tidak Ideal
44	GOOD	5.93	4.28	3.65	7.35	6.80	5.60	Ideal
45	GULA	-	-	-	-	0.00	0.00	Tidak Ideal

NO	KODE	2018	2019	2020	2021	2022	RATA-RATA PBV	KET
46	GZCO	0.30	0.40	0.31	0.40	0.44	0.37	Tidak Ideal
47	HERO	0.86	0.96	1.87	8.81	6.69	3.84	Ideal
48	HMSP	0.12	0.07	0.06	0.04	0.04	0.07	Tidak Ideal
49	HOKI	3.08	0.79	0.92	2.62	1.49	1.78	Ideal
50	IBOS	-	-	-	-	2.12	2.12	Ideal
51	ICBP	5.64	5.14	3.79	2.99	3.19	4.15	Ideal
52	IKAN	-	-	1.77	1.12	0.68	1.19	Ideal
53	INDF	1.95	1.84	1.42	1.15	1.10	1.49	Ideal
54	IPPE	-	-	-	28.44	18.67	23.56	Ideal
55	ITIC	-	2.68	0.64	0.23	0.20	0.94	Tidak Ideal
56	JARR	-	-	-	-	2.20	2.20	Ideal
57	JAWA	0.77	0.92	1.59	4.80	3.64	2.35	Ideal
58	JPFA	2.25	1.69	1.61	1.65	1.19	1.68	Ideal
59	KEJU	-	3.24	4.27	3.03	3.05	3.40	Ideal
60	KINO	1.85	1.87	1.55	1.11	1.50	1.58	Ideal
61	KMDS	-	-	2.89	2.28	2.49	2.55	Ideal
62	KPAS	3.13	0.50	0.36	-	-	0.80	Tidak Ideal
63	LSIP	1.02	1.19	1.01	0.79	6.33	2.07	Ideal
64	MAGP	0.90	1.22	2.85	5.35	-	2.06	Ideal
65	MAIN	1.65	1.11	0.83	0.73	0.53	0.97	Tidak Ideal
66	MBTO	0.45	0.43	0.23	0.35	0.33	0.36	Tidak Ideal
67	MGRO	5.69	5.00	5.12	4.68	4.95	5.09	Ideal
68	MIDI	3.31	3.15	4.60	4.57	5.00	4.13	Ideal
69	MKTR	-	-	-	-	2.86	2.86	Ideal
70	MLBI	28.88	28.51	14.26	14.96	17.58	20.84	Ideal
71	MPPA	1.00	1.99	4.28	6.30	6.50	4.01	Ideal
72	MRAT	0.21	0.18	0.23	0.34	0.80	0.35	Tidak Ideal
73	MYOR	7.02	4.74	5.50	4.10	4.43	5.16	Ideal
74	NANO	-	-	-	-	0.73	0.73	Tidak Ideal
75	NASI	-	-	-	-	1.37	0.68	Tidak Ideal
76	OILS	-	-	-	2.00	1.16	1.58	Ideal
77	PALM	1.15	0.69	0.64	1.06	0.78	0.86	Tidak Ideal
78	PANI	1.83	0.89	1.15	16.57	6.35	5.36	Ideal
79	PCAR	68.67	14.81	9.79	4.88	1.60	19.95	Ideal
80	PGUN	-	-	1.68	1.91	3.25	2.28	Ideal
81	PMMP	-	-	-	-	0.75	0.75	Tidak Ideal

NO	KODE	2018	2019	2020	2021	2022	RATA-RATA PBV	KET
82	PSDN	1.70	1.94	3.83	(7.32)	(1.91)	(0.35)	Tidak Ideal
83	PSGO	-	3.20	1.85	2.86	1.63	2.39	Ideal
84	RANC	0.98	0.96	1.26	5.60	3.02	2.36	Ideal
85	RMBA	1.39	1.43	2.17	-	-	1.00	Tidak Ideal
86	ROTI	2.61	2.62	2.61	2.95	3.05	2.77	Ideal
87	SDPC	0.52	0.51	0.58	0.73	1.63	0.80	Tidak Ideal
88	SGRO	1.15	1.13	0.84	0.85	0.78	0.95	Tidak Ideal
89	SIMP	0.49	0.47	0.44	0.46	0.39	0.45	Tidak Ideal
90	SIPD	1.63	1.24	2.16	2.89	2.72	2.13	Ideal
91	SKBM	1.35	0.79	0.62	0.66	0.65	0.82	Tidak Ideal
92	SKLT	3.05	2.92	2.65	3.08	2.30	2.80	Ideal
93	SMAR	0.95	1.09	0.95	0.87	0.74	0.92	Tidak Ideal
94	SSMS	2.94	1.99	2.46	1.55	2.19	2.22	Ideal
95	STAA	-	-	-	-	2.66	2.66	Ideal
96	STTP	3.01	2.78	4.71	3.02	2.57	3.22	Ideal
97	TAPG	-	-	-	1.61	1.35	1.48	Ideal
98	TAYS	-	-	-	-	3.57	3.57	Ideal
99	TBLA	0.97	0.99	0.85	0.65	0.54	0.80	Tidak Ideal
100	TCID	0.88	0.55	0.35	0.30	0.34	0.48	Tidak Ideal
101	TGKA	2.49	3.20	4.18	3.65	3.31	3.36	Ideal
102	TLDN	-	-	-	-	3.44	3.44	Ideal
103	TRGU	-	-	-	-	1.75	1.75	Ideal
104	UCID	-	1.79	1.36	1.23	0.88	1.32	Ideal
105	ULTJ	3.01	3.15	3.55	3.23	2.67	3.12	Ideal
106	UNSP	(0.19)	(0.06)	(0.05)	(0.05)	(0.06)	(0.08)	Tidak Ideal
107	UNVR	45.71	60.67	56.79	36.28	44.86	48.86	Ideal
108	VICI	0.60	0.43	0.21	0.32	0.32	0.38	Tidak Ideal
109	WAPO	0.57	1.14	1.09	3.06	4.37	2.04	Ideal
110	WICO	2.60	2.74	2.71	5.62	32.14	9.16	Ideal
111	WIIM	0.29	0.34	0.96	0.68	0.88	0.63	Tidak Ideal
112	WMPP	-	-	-	2.24	1.21	1.72	Ideal
113	WMUU	-	-	-	1.62	0.92	1.27	Ideal

*Sumber: Data Diolah dari Laporan Keuangan Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2018-2022*

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa masih ada sebagian perusahaan yang memiliki standar dibawah ideal yaitu di bawah 1, yakni sebanyak 34 perusahaan dari 113 perusahaan atau sebanyak 31% perusahaan *consumer non-cyclicals* yang masih memiliki masalah pada nilai perusahaan. Fenomena tersebut menunjukkan masih banyak perusahaan yang memperoleh rata-rata PBV di bawah 1. Hal ini menandakan bahwa harga saham perusahaan *consumer non-cyclicals* memiliki harga murah atau bisa dikatakan *undervalued* yang berarti harga sahamnya lebih kecil dari nilai buku saham.

Menurut Brigham dan Houston (2006:110), nilai perusahaan termasuk baik apabila nilai PBV berada  $>1$  yaitu apabila nilai pasar lebih besar daripada nilai buku. Perusahaan yang dikelola atau berjalan dengan baik pada umumnya memiliki rasio *price to book value* yang besar yang diatas 1. Jika nilai PBV besar maka hal ini menunjukkan nilai saham perusahaan lebih besar dari nilai buku perusahaan sehingga pandangan investor terhadap nilai perusahaan akan menganggap bahwa kinerja perusahaan berjalan dengan baik. Jadi nilai perusahaan bisa dikatakan ideal jika nilai perusahaannya di atas 1 dan sebaliknya jika nilai perusahaan di bawah 1 maka nilai perusahaannya tidak ideal. Menurut Hery, (2016) semakin rendah nilai PBV suatu saham maka saham tersebut dikategorikan *undervalued*, di mana sangat baik untuk investasi jangka panjang. Namun rendahnya PBV juga dapat mengindikasikan menurunnya kualitas dan kinerja perusahaan.

Salah satu dampak ketika nilai PBV rendah maupun tinggi yaitu ada pada persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Ketika nilai PBV rendah investor akan lebih memilih untuk membeli saham perusahaan yang nilai PBV nya lebih tinggi. Karena ketika nilai PBV rendah maka harga saham perusahaan tersebut dikatakan relatif murah, sebaliknya ketika nilai PBV tinggi maka harga saham perusahaan tersebut relatif mahal. Investor akan memilih berinvestasi atau membeli saham di perusahaan yang memiliki nilai PBV lebih tinggi karena memiliki potensi

keuntungan yang lebih tinggi dan juga perusahaan memiliki fundamental yang kuat dan prospek yang cerah (<https://www.ocbc.id/id/article/2021/10/11/book-value-adalah>).

Adapun dampak negatif perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tidak stabil akan dianggap mengalami penurunan dan dapat menghilangkan rasa kepercayaan dari para investor lain, sehingga para investor akan banyak menjual sahamnya kembali dan modal perusahaan tentunya akan berkurang dan kesulitan melakukan operasi perusahaan (Fauziah & Nurhayati, 2023).

Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental seperti tingkat suku bunga, indeks harga saham, dan kondisi fundamental perusahaan. Pada kondisi fundamental merupakan kondisi yang berkaitan dengan kondisi internal dari perusahaan. Faktor fundamental berkaitan erat dengan kondisi perusahaan seperti kondisi keuangan suatu perusahaan yang dicerminkan melalui kinerja keuangan perusahaan. Apabila perusahaan hendak melakukan analisis fundamental maka dibutuhkannya data fundamental yang berasal dari laporan keuangan, seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya (Jogiyanto, 2016:188 dalam Suwardika & Mustanda, 2017).

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Luthfi Ramadhana & Januarti, (2022) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan dan kinerja keuangan. Adapun menurut Silalahi & Sihotang, (2021) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan. Sedangkan menurut Susesti & Wahyuningtyas, (2022) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan faktor yang diambil dalam penelitian ini yaitu kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar (Parahdila et al., 2022). Kinerja lingkungan yang baik akan menyebabkan banyak perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosialnya. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sapulette & Limba, 2021), (Parahdila et al., 2022) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian (Santo & Hivianto, 2023) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Kelly & Henny, 2023) dan (Sevnia & Mulyani, 2023) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Menurut Hery (2016) profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Artinya profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan, selain itu juga bisa menunjukkan bahwa perusahaan akan memberikan hasil yang semakin besar kepada investor (Suwardika & Mustanda, 2017).

Menurut hasil penelitian (Sulastrri et al., 2019), (Mudjijah et al., 2019), dan (M. Putri & Gantino, 2023) serta (Asbarini & Bahri, 2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Kusna & Setijani, 2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian (Arafah et al., 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* dapat dikatakan suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang ini diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Dimana DER mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari hutang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada, semakin kecil rasio ini semakin baik kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi buruk (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Hanifah, 2020), (Shafira et al., 2018), (Suwardika & Mustanda, 2017), (Mufidah & Utiyati, 2019), dan (Nadhilah et al., 2022) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Dewantari et al., 2019) (Susesti & Wahyuningtyas, 2022), dan (S. Lestari & Sihono, 2023) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Husna & Satria, 2019) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui total ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada di tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai peluang menguntungkan dalam kurun waktu yang relatif lama (Suwardika & Mustanda, 2017).

Menurut hasil penelitian (Widiastari & Yasa, 2018), (Silalahi & Sihotang, 2021) dan (M. Putri & Gantino, 2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Krisnando & Novitasari, 2021) dan (S. Lestari & Sihono, 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian (Asbarini & Bahri, 2022) dan (Widarnaka et al., 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat mencerminkan bahwa suatu perusahaan akan berkembang atau tidak. Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperhatikan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektornya (Suwardika & Mustanda, 2017). Pertumbuhan suatu perusahaan jika dilihat dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan investor pun akan mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik (Tumangkeng, 2022).

Menurut hasil penelitian (Tumangkeng, 2022), (Krisnando & Novitasari, 2021), dan (Bambu et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Silalahi & Sihotang, 2021) dan (Fajriah et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian menurut (Dewi & Candradewi, 2018), (Saputri & Giovanni, 2021) serta (Santoso & Junaeni, 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja



## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan tersebut, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, diantaranya ada manfaat teoritis dan praktis :

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait analisis nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan bahan pertimbangan bagi manajemen untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang berkaitan dengan kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan.

#### **2. Bagi Investor**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan perusahaan yang akan dipilih untuk investasi, khususnya dengan mempertimbangkan nilai perusahaan yang berkaitan dengan kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang meneliti terkait dengan kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan.