



**PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN INVESTOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada

Tahun 2020-2023)

SKRIPSI

Oleh :

YULIANA

20210100074

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN & PERPAJAKAN

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2025



**PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN INVESTOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada
Tahun 2020-2023)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma Tangerang
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Oleh :
YULIANA
20210100074**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2025**

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yuliana
NIM : 20210100074
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023)

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 20 Maret 2025

Menyetujui,

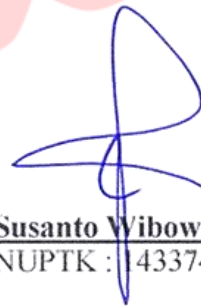
Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Program Studi,



Rina Apriliyanti, S.E., M.Akt.
NUPTK : 4740764665230302



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023).

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Yuliana
NIM : 20210100074
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak.)**.

Tangerang, 14 Juli 2025

Menyetujui,

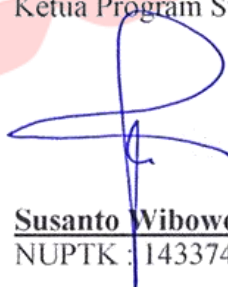
Pembimbing,



Rina Aprilvanti, S.E., M.Akt.
NUPTK : 4740764665230302

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Aprilyanti, S.E., M.Akt

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Yuliana

NIM : 20210100074

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023).

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,

Pembimbing,



Rina Aprilyanti, S.E., M.Akt.

NUPTK : 4740764665230302

Tangerang, 14 Juli 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.

NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Yuliana
NIM : 20210100074
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Selasa, tanggal 19 Agustus 2025.

Nama Penguji

Tanda Tangan

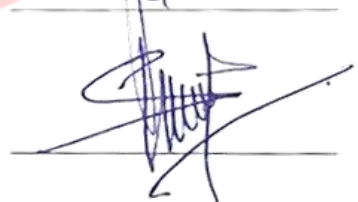
Ketua Penguji : Sabam Simbolon, S.E., M.M.
NUPTK : 2539737638130052



Penguji I : Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352



Penguji II : Sutandi, S.E., M.Akt.
NUPTK : 5956756657130122



Dekan Fakultas Bisnis,



Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NUPTK : 9759751652230072

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan:

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis dengan jelas dan dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat pemalsuan (kebohongan), seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Jurusan atau Dekan atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 14 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Yuliana

NIM : 20210100074

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20210100074
Nama : Yuliana
Jejang Studi : Strata I (S1)
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: "Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023)", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengambil media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Agustus 2025

Penulis



Yuliana

**PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN INVESTOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada
Tahun 2020-2023)**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor Sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2023.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder dan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang terdapat 126 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI dan didapatkan 42 sampel perusahaan dengan 4 tahun pengamatan sehingga diperoleh 168 data sampel yang digunakan. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation* (PLS-SEM) yang diolah dengan menggunakan bantuan software SmartPLS versi 4.1.1.2.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepercayaan investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun dalam pengujian mediasi, kepercayaan investor tidak mampu memediasi pengaruh tata kelola perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepercayaan investor memediasi secara negatif dan signifikan pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci : Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran
Perusahaan, Nilai Perusahaan, Kepercayaan Investor**

***THE EFFECT OF CORPORATE GOVERNANCE,
PROFITABILITY, LIQUIDITY, AND COMPANY SIZE ON FIRM
VALUE WITH INVESTOR TRUST AS A MEDIATING
VARIABLE***

***(A Study on Consumer Goods Companies Listed on the Indonesia Stock
Exchange in 2020-2023)***

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of corporate governance, profitability, liquidity, and company size on firm value with investor trust as a mediating variable in consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2023.

This research uses a quantitative method with secondary data. The sample was determined using purposive sampling, resulting in 42 companies from 126 listed in the consumer goods sector, with four years of observation, yielding 168 data points. The data analysis method used is Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM), processed with the help of SmartPLS version 4.1.1.2.

The results show that corporate governance, profitability, company size, and investor trust have a positive and significant effect on firm value, while liquidity does not have a significant effect. Furthermore, in the mediation test, investor trust does not significantly mediate the effect of corporate governance and profitability on firm value. However, investor trust negatively and significantly mediates the effect of liquidity and company size on firm value.

Keywords: Corporate Governance, Profitability, Liquidity, Company Size, Firm Value, Investor Trust

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023)**” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat bagi mahasiswa/mahasiswi untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas Buddhi Dharma.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP.,CTC., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt., selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
4. Ibu Rina Aprilyanti, S.E., M.Akt., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.

5. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis berkuliah di Universitas Buddhi Dharma.
6. Kepada Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Joshua yang sudah mendoakan dan selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Seluruh teman, kerabat, dan pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan semangat, motivasi, saran dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menghargai setiap kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun dan dapat dikembangkan kembali untuk penyusunan penelitian selanjutnya. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 14 Juli 2025

Penulis

Yuliana

NIM : 20210100074

DAFTAR ISI

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

REKOMENASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah..... 7

C. Rumusan masalah..... 8

D. Tujuan Penelitian 9

E. Manfaat Penelitian 9

F. Sistematika Penulisan Skripsi 11

BAB II LANDASAN TEORI 13

A. Gambaran Umum Teori 13

1. Tata Kelola Perusahaan 14

2. Profitabilitas 21

3. Likuiditas..... 28

4. Ukuran Perusahaan..... 33

5. Nilai Perusahaan..... 38

6. Kepercayaan Investor	44
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	54
C. Kerangka Pemikiran.....	64
D. Rumusan Hipotesis	64
BAB III METODE PENELITIAN	75
A. Jenis Penelitian.....	75
B. Objek Penelitian	75
C. Jenis dan Sumber Data.....	75
D. Populasi dan Sampel	76
E. Teknik Pengumpulan Data.....	77
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	78
G. Teknik Analisis Data.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	90
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	90
1. Tata Kelola Perusahaan (X1)	93
2. Profitabilitas (X2).....	100
3. Likuiditas (X3)	104
4. Ukuran Perusahaan (X4)	108
5. Nilai Perusahaan (Y)	111
6. Kepercayaan Investor (M).....	113
B. Analisis Hasil Penelitian	115
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	115
2. Pengujian Model Pengukuran	119
C. Pengujian Hipotesis.....	133
D. Pembahasan.....	140
BAB V PENUTUP.....	152
A. Kesimpulan	152
B. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT RISET PENELITIAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	54
Tabel III. 1 Tabel Operasional Variabel	83
Tabel IV. 1 Tabel Kriteria Sampel	90
Tabel IV. 2 Daftar Sampel Perusahaan	91
Tabel IV. 3 Perhitungan Tata Kelola Perusahaan (KOMIND)	93
Tabel IV. 4 Perhitungan Tata Kelola Perusahaan (KI)	95
Tabel IV. 5 Perhitungan Tata Kelola Perusahaan (UDK)	97
Tabel IV. 6 Hasil Perhitungan Profitabilitas (ROA)	100
Tabel IV. 7 Hasil Perhitungan Profitabilitas (ROE)	102
Tabel IV. 8 Hasil Perhitungan Likuiditas (CR)	104
Tabel IV. 9 Hasil Perhitungan Likuiditas (QR)	106
Tabel IV. 10 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan (Ln Aset)	108
Tabel IV. 11 Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan (PBV)	111
Tabel IV. 12 Hasil Perhitungan Kepercayaan Investor (PER)	113
Tabel IV. 13 Hasil Analisis Deskriptif	115
Tabel IV. 14 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji Validitas Konvergen Tahap 1	120
Tabel IV. 15 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap 2	121
Tabel IV. 16 Hasil AVE Uji Validitas Konvergen	122
Tabel IV. 17 Hasil <i>Cross Loadings</i> Uji Validitas Diskriminan	123
Tabel IV. 18 Hasil HTMT Uji Validitas Diskriminan	124
Tabel IV. 19 Hasil <i>Fornell-Lacker</i> Uji Validitas Diskriminan	125
Tabel IV. 20 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Uji Reliabilitas Konstruk	127
Tabel IV. 21 Hasil <i>Composite Reliability</i> Uji Reliability Konstruk	128
Tabel IV. 22 Hasil <i>Inner Variance Inflation Factor</i> (VIF)	129
Tabel IV. 23 Hasil <i>R-Square</i>	130
Tabel IV. 24 Hasil <i>F-Square</i>	131
Tabel IV. 25 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect</i>	133
Tabel IV. 26 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect</i>	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1	Tren Pergerakan Harga Saham Sektor Barang Konsumsi	3
Gambar II. 1	Kerangka Pemikiran	64
Gambar IV. 1	Model <i>Latent Variable</i> Penelitian	119



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sampel Perusahaan	164
Lampiran 2 Perhitungan Variabel Tata Kelola Perusahaan Tahun 2020-2023...	165
Lampiran 3 Perhitungan Variabel Profitabilitas Tahun 2020-2023	178
Lampiran 4 Perhitungan Variabel Likuiditas Tahun 2020-2023	186
Lampiran 5 Perhitungan Variabel Ukuran Perusahaan Tahun 2020-2023	195
Lampiran 6 Perhitungan Variabel Nilai Perusahaan Tahun 2020-2023	199
Lampiran 7 Perhitungan Variabel Kepercayaan Investor Tahun 2020-2023.....	204
Lampiran 8 Analisis Statistik Deskriptif.....	208
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	209
Lampiran 10 Hasil Uji AVE	209
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	209
Lampiran 12 Hasil Uji HTMT	210
Lampiran 13 Hasil Uji <i>Fornell-Lacker</i>	210
Lampiran 14 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	210
Lampiran 15 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	211
Lampiran 16 Hasil <i>Inner Variance Inflation Factor (VIF)</i>	211
Lampiran 17 Hasil Uji <i>R-Square</i>	211
Lampiran 18 Hasil Uji <i>F-Square</i>	211
Lampiran 19 Hasil Uji <i>Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect</i>	212
Lampiran 20 Hasil Uji <i>Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect</i>	212
Lampiran 21 Laporan Keuangan Perusahaan Sampel	214

BAB I

PENDAHULUAN

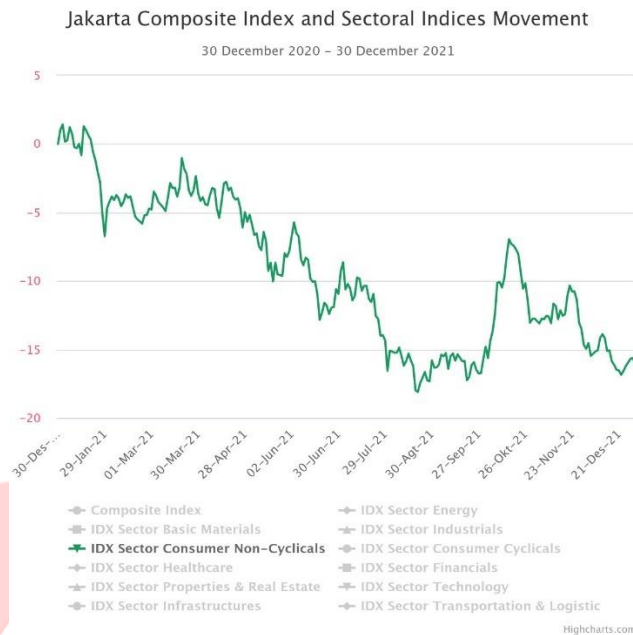
A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama yang mencerminkan kinerja perusahaan serta tingkat kepercayaan investor dalam menanamkan modal. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula daya tariknya di mata investor, yang dapat menyebabkan peningkatan harga saham serta memperkuat posisi perusahaan di industri. Di sektor barang konsumsi, nilai perusahaan menjadi faktor yang sangat penting, mengingat industri ini sangat bergantung pada daya beli konsumen dan kepercayaan investor terhadap stabilitas bisnis yang dijalankan. Penelitian ini penting dilakukan karena meskipun sektor barang konsumsi relatif stabil, fluktuasi harga saham menunjukkan adanya faktor fundamental maupun non-fundamental yang perlu dipahami lebih dalam.

Banyak perusahaan besar dalam sektor barang konsumsi berupaya mempertahankan daya saing mereka dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang lebih baik, meningkatkan profitabilitas, dan likuiditas, serta mengelola ukuran perusahaan secara efektif. Nilai perusahaan sering diukur melalui harga saham, yang dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan investor. Semakin tinggi harga saham menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi, karena memaksimalkan nilai perusahaan dapat

mensejahterahkan stakeholder dan mencapai tujuan perusahaan dengan baik (Fatoni, 2020).

Meskipun perusahaan-perusahaan di sektor barang konsumsi mencatatkan kinerja keuangan dengan baik, banyak investor yang masih menunjukkan keraguan dalam berinvestasi. faktor utama yang mempengaruhi hal ini adalah kurangnya transparansi dalam laporan keuangan dan ketidakjelasan strategi perusahaan. Sebagai contoh, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), mengalami penurunan nilai saham sebesar 19,55% pada tahun 2021. Tahun 2020 unilever memiliki laba bersih Rp7,16 triliun, nilai tersebut turun menjadi Rp5,76 triliun per Desember 2021 (wartaekonomi, 2022). Kejadian ini meskipun profitabilitas masih tercatat tinggi, namun penurunan ini berhubungan erat dengan kurangnya tata kelola perusahaan yang baik dan transparansi kebijakan dalam menentukan nilai perusahaan. Karena itu, kepercayaan investor menjadi elemen penting dalam memediasi antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Dikutip dari (CNBC, 2020) PT Mayora Indah Tbk (MYOR) mengalami penurunan penjualan tahun 2020 akibat COVID-19, mencatatkan pendapatan sebesar Rp24,47 triliun turun 2,2% dari Desember 2019, meskipun mengalami penurunan penjualan laba saham naik menjadi Rp92 dari sebelumnya Rp89 di tahun 2019. (CNBC, 2023) mengutip artikel saham di sektor barang konsumsi mengalami tantangan ekonomi global, sehingga mengalami penurunan harga pada 7 Juli 2023 yang menimbulkan pertanyaan mengenai faktor penyebabnya.



Gambar I. 1

Tren Pergerakan Harga Saham Sektor Barang Konsumsi

Sumber: Bursa Efek Indonesia (IDX), 2021

Gambar I.1 memperlihatkan tren pergerakan harga saham sektor barang konsumsi sepanjang Desember 2020 hingga Desember 2021. Grafik tersebut menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup signifikan, di mana pada awal tahun indeks sempat meningkat, namun kemudian cenderung melemah hingga akhir periode. Meskipun sektor barang konsumsi dikenal relatif stabil karena produknya tetap dibutuhkan masyarakat, kenyataannya indeks sektor ini tetap terpengaruh oleh kondisi eksternal, seperti perubahan daya beli masyarakat, dampak pandemi COVID-19, serta ketidakpastian perekonomian global.

Dari hasil rekapitulasi data penelitian, Tata kelola perusahaan relatif stabil, namun terdapat kesenjangan antarperusahaan, misalnya Unilever

dengan proporsi komisaris independen tinggi sementara beberapa perusahaan lain masih rendah. Profitabilitas sempat mencapai puncak pada 2021 seiring pemulihan pasca pandemi, tetapi kembali menurun di 2023 akibat tekanan biaya dan persaingan. Likuiditas juga bervariasi, di mana sebagian perusahaan menghadapi potensi kesulitan pembayaran, sementara yang lain justru menahan aset lancar berlebih yang kurang produktif. Ukuran perusahaan umumnya meningkat sepanjang periode, tetapi disparitas skala antara perusahaan besar seperti INDF dan HMSP dengan perusahaan kecil seperti KEJU tetap terlihat..

Tata kelola perusahaan dalam mengelola perusahaan dengan tata kelola, sistem dan cara yang mendukung praktik bisnis yang sehat (Utami et al., 2020). Tata kelola perusahaan memiliki faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang diprosikan pada Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen dan Komite Audit (Endiana et al., 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Esmeralda & Aisyah, 2018) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sri & Wulandari, 2021) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan yang berjalan dengan baik mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan mengukur tingkat keuntungan perusahaan dalam suatu periode. Profitabilitas tidak hanya mencerminkan efektivitas operasional, tetapi memperkuat daya tarik perusahaan di hadapan

investor. Menurut (Nadhiyah & Fitria, 2021) profitabilitas yang tinggi mengartikan keadaan perusahaan yang baik dan efisien sehingga menarik investor untuk berinvestasi dan menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba yang tidak stabil setiap tahunnya cenderung berfluktuasi yang mengakibatkan goyangnya investor dengan hasil yang akan didapatkan di masa depan (Wardhani et al., 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Esmeralda & Aisyah, 2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan salah satu kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek atau hutang yang harus segera di lunasi menggunakan aktiva lancar. Dalam laporan keuangan, likuiditas menggambarkan seberapa baik perusahaan mengelola aktiva lancar menjadi uang tunai, yang diperlukan untuk memenuhi kewajiban. Semakin tinggi nilai likuiditas perusahaan menunjukkan kinerja jangka pendek dan prospek terhadap nilai perusahaan yang semakin baik (Apriantini, 2022). Pada penelitian (Komala, 2021) dan (Apriantini, 2022) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Elisa, 2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah skala yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Menurut (Bita, 2021) ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecil perusahaan dengan melihat tingkat penjualan, jumlah ekuitas dan aktiva

perusahaan. Perusahaan besar memiliki akses pendanaan yang lebih baik, serta memiliki posisi pasar yang lebih kuat sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Namun hal tersebut, harus diiringi dengan strategi bisnis yang efektif agar peningkatan nilai perusahaan terjamin. Pada penelitian terdahulu, (Reschiwati et al., 2020) berpendapat bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berbanding terbalik pada penelitian yang dilakukan oleh (Widati, 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kepercayaan investor menjadi aspek yang penting antara tata kelola perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.. Kepercayaan investor tidak muncul begitu saja dilihat melalui nilai perusahaan yang mempraktikkan tata kelola yang transparan dan bertanggung jawab, profitabilitas yang stabil, likuiditas yang memungkinkan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek, dan ukuran perusahaan yang mampu menghadapi dinamika pasar. Dengan ini kepercayaan investor berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Dalam sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2020-2023, mengingat sektor ini mengalami berbagai tantangan ekonomi dan perubahan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang, dengan ini peneliti tertarik untuk menelaah ulang tata kelola perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan yang memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan keputusan investor sebagai penghubung. Judul

penelitian ini berjudul “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepercayaan Investor sebagai variabel mediasi (Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada Tahun 2020-2023)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis identifikasikan permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Banyak perusahaan yang sudah *go public* tidak terlalu memperhatikan penerapan tata kelola perusahaan. Menerapkan tata kelola perusahaan dalam perusahaan sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Di masa pandemi perusahaan di sektor barang konsumsi terdampak kemerosotan laba perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan sangat berpengaruh positif terhadap keputusan investor dipasar saham, yang mencerminkan pergerakan harga saham.
3. Likuiditas perusahaan sangat berperan penting dalam keberlangsungan operasional perusahaan. Dengan tingkat likuiditas yang rendah menghambat pertumbuhan perusahaan yang berdampak negatif terhadap stabilitas keuangan dan kepercayaan investor.
4. Ukuran perusahaan tidak signifikan mempengaruhi nilai perusahaan, namun perusahaan yang ukuran perusahaannya tinggi memiliki akses yang baik dan posisi pasar saham yang lebih kuat.
5. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja keuangan dan prospek masa depan perusahaan, dengan nilai perusahaan

yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor untuk mengambil keputusan dalam investasi.

6. Kepercayaan investor berperan penting untuk memediasi antara tata kelola perusahaan, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Kepercayaan investor dapat rusak dengan ketidakjelasan dalam transparansi dan kebijakan yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah tata kelola perusahaan yang baik berpengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?
3. Apakah likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?
5. Apakah nilai perusahaan berpengaruh dalam hubungan tata kelola perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan pada perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?
6. Apakah kepercayaan investor berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tata kelola perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran

perusahaan pada perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdapat di BEI 2020-2023?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh tata kelola perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
5. Untuk menganalisis pengaruh tata kelola perusahaan yang baik, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menganalisis pengaruh tata kelola perusahaan yang baik, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan keputusan investor sebagai variabel mediasi.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penulis mengharapkan manfaat yang dapat dicapai oleh beberapa pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dapat memberikan pengetahuan tambahan dan berkontribusi tentang kajian teori akuntansi keuangan yang berhubungan dengan nilai perusahaan pada perusahaan disektor barang konsumsi dan memberikan referensi bagi pembaca tentang pemahaman terkait variabel yang diteliti.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas pemahaman variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, dan dapat memberikan informasi dan wawasan tambahan bagi penulis.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan referensi kepada perusahaan, mengenai pengaruh tata kelola perusahaan yang baik, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

c. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi investor untuk melakukan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi dalam menanamkan modal pada perusahaan.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sarana bagi peneliti selanjutnya untuk mencari sumber data dan bahan kajian terkait variabel-variabel yang sama dengan penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk gambaran dalam pembahasan mengenai penelitian ini, maka disusunnya sistematika penulisan skripsi ini agar mendapat arahan yang jelas diantaranya sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab yang membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang membahas mengenai gambaran umum teori terkait variabel independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang membahas mengenai jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, operasionalisasi

variabel penelitian, dan teknik analisis data dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab yang membahas mengenai deskripsi data hasil penelitian variabel indenpenden dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab yang membahas mengenai kesimpulan dan saran- saran yang dijadikan referensi atau masukan bagi riset-riset berikutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

Teori sinyal adalah bagaimana perusahaan memberikan sinyal bagi pengguna laporan keuangan khususnya pihak eksternal. Teori sinyal mendorong perusahaan untuk memberikan informasi yang terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Informasi yang kurang bagi pihak luar akan menyebabkan harga yang rendah untuk perusahaan terhadap keputusan investasi yang akan berdampak pada nilai perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan hubungan tata kelola perusahaan yang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan dengan mampu memperoleh besarnya laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi akan semakin baik nilai prospek perusahaan di masa depannya. Teori sinyal juga berkaitan dengan likuiditas, dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendeknya akan memberikan sinyal positif bagi nilai perusahaan dan juga investor. Ukuran perusahaan yang memiliki total aset yang besar seringkali dianggap lebih stabil untuk menghadapi tekanan ekonomi ataupun persaingan dan juga dapat memberikan sinyal positif bagi investor.

Penelitian ini menggunakan Teori Sinyal (*Signaling Theory*) sebagai kerangka teoritis utama. Teori ini menggambarkan bahwa perusahaan mengirimkan sinyal yang positif kepada investor untuk mengurangi asimetri

informasi dan meningkatkan kepercayaan. Sinyal-sinyal positif ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang memediasi hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

1. Tata Kelola Perusahaan

a. Pengertian Tata Kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan adalah konsep penting dalam dunia korporasi modern yang mengatur bagaimana perusahaan dijalankan dan diawasi untuk memastikan tercapainya tujuan jangka panjang yang berkelanjutan. Secara umum, tata kelola perusahaan mencakup seperangkat sistem, prinsip, dan proses yang mengatur hubungan antara pemegang saham, dewan direksi, dewan komisaris, serta para pemangku kepentingan lainnya, termasuk karyawan, kreditur, konsumen, dan masyarakat luas (Daffa & Herwiyanti, 2023).

Tata kelola perusahaan bertujuan untuk menciptakan struktur organisasi dan tata kelola yang mampu memfasilitasi pencapaian tujuan perusahaan, sekaligus melindungi hak-hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat. Dalam praktiknya, tata kelola perusahaan membantu mencegah penyimpangan dalam pengambilan keputusan manajemen, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong terciptanya budaya perusahaan yang sehat dan berintegritas (Kaomaneng et al., 2023).

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 88/PMK.06/2015, Tata Kelola Perusahaan adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dalam penyelenggaraan kegiatan usaha secara transparan, mandiri, akuntabel, bertanggung jawab, dan adil. Sistem ini tidak hanya menjadi pedoman operasional, tetapi juga sebagai alat kontrol terhadap pengelolaan perusahaan agar berjalan sesuai dengan ketentuan hukum dan etika bisnis yang berlaku. Selain sebagai alat pengendalian internal, tata kelola perusahaan juga memiliki peran strategis dalam menciptakan kepercayaan pasar terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Pada akhirnya, tata kelola perusahaan yang baik akan memberikan sinyal positif kepada pasar, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

b. Prinsip-Prinsip Tata Kelola Perusahaan

Prinsip-prinsip dasar dalam tata kelola perusahaan menjadi landasan bagi perusahaan untuk menjalankan praktik tata kelola yang baik. Lima prinsip tata kelola perusahaan yang telah diakui secara internasional dan juga diadopsi dalam regulasi nasional antara lain (Sonbait et al., 2023) :

1) **Transparansi**

Transparansi merujuk pada keterbukaan perusahaan dalam menyampaikan informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu kepada seluruh pemangku kepentingan. Informasi ini mencakup aspek keuangan, operasional, kepemilikan, serta kebijakan dan keputusan manajemen yang signifikan. Dengan transparansi, pemangku kepentingan dapat menilai kinerja dan kondisi perusahaan secara objektif (Ritonga, 2024).

2) **Akuntabilitas**

Akuntabilitas berkaitan dengan kejelasan fungsi, peran, dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan, terutama dewan komisaris dan direksi. Setiap pengambilan keputusan harus mampu mempertanggungjawabkan setiap tindakan dan kebijakan yang diambil. Struktur akuntabilitas yang baik memungkinkan pengawasan yang efektif dan pengambilan keputusan yang tepat sasaran (Ritonga, 2024).

3) **Tanggung Jawab**

Tanggung jawab mengacu pada kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip etika bisnis. Perusahaan harus memastikan bahwa segala kegiatan usaha dilakukan dengan mematuhi ketentuan hukum dan memiliki kesadaran sosial terhadap dampak operasionalnya (Iqbal et al., 2023).

4) **Independensi**

Prinsip ini menekankan bahwa pengelolaan perusahaan harus dilakukan secara objektif dan bebas dari pengaruh atau tekanan dari pihak manapun, baik internal maupun eksternal. Independensi penting untuk menghindari konflik kepentingan dalam pengambilan keputusan dan memastikan bahwa keputusan yang diambil benar-benar berpihak pada kepentingan terbaik perusahaan dan para pemangku kepentingan.

5) **Kewajaran dan Kesetaraan**

Perusahaan wajib memperlakukan seluruh pemangku kepentingan secara adil dan setara sesuai dengan hak dan kewajiban masing-masing. Kewajaran dalam tata kelola perusahaan mencakup perlakuan yang proporsional terhadap pemegang saham minoritas, karyawan, konsumen, mitra usaha, hingga masyarakat di sekitar lingkungan operasional perusahaan.

Kelima prinsip ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang efektif membutuhkan penerapan secara menyeluruh dari seluruh prinsip tersebut secara konsisten.

c. Indikator Tata Kelola Perusahaan

a. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan saham oleh institusi seperti bank, dana pensiun, dan perusahaan asuransi. Kepemilikan ini diasumsikan dapat memperkuat pengawasan terhadap manajemen.

Rumus-rumus untuk menghitung kepemilikan institusional:

1) Rumus Kepemilikan Institusional

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

2) Jumlah Investor Institusional

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah Investor Institusional} \\ & = \text{Jumlah Total Institusi yang Memiliki Saham} \end{aligned}$$

3) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) Kepemilikan Institusional

$$HHI = \sum (Proporsi Kepemilikan Institusi Ke - 1)^2$$

4) Rasio Kepemilikan Institusional oleh Investor Terbesar

$$\begin{aligned} & \text{Rasio KI Terbesar} \\ & = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\% \end{aligned}$$

b. Proporsi Dewan Komisaris Independen

Komisaris independen merupakan komisaris yang tidak berasal dari pihak yang memiliki hubungan bisnis dan

kekeluargaan dengan perusahaan. Dewan Komisaris Independen dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$KOMIND = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Komisaris}} \times 100\%$$

c. Ukuran Komite Audit

Mengacu pada keberadaan dan jumlah anggota komite audit, yang bertugas mengawasi laporan keuangan dan kepatuhan terhadap peraturan. Menurut OJK mengukur komite audit dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

- 1) Jumlah Anggota Komite Audit

$$KA_{\text{Jumlah}} = \text{Jumlah Anggota Komite Audit}$$

- 2) Proporsi Anggota Independen

$$KA_{\text{Independen}} = \frac{\text{Jumlah Anggota Independen}}{\text{Total Anggota Komite Audit}} \times 100\%$$

- 3) Kompetensi atau Keahlian Akuntansi Komite Audit

$$KA_{\text{Kompeten}} = \frac{\text{Jumlah Anggota Latar Belakang Akuntansi/Keuangan}}{\text{Total Anggota Komite Audit}} \times 100\%$$

- 4) Frekuensi Rapat Komite Audit

$$KA_{\text{Rapat}}$$

$$= \text{Jumlah Rapat Komite Audit dalam Satu Tahun}$$

d. Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dewan komisaris adalah organ perusahaan yang bertanggung jawab melakukan pengawasan terhadap

kebijakan dan jalannya pengurusan perusahaan. Jumlah dewan komisaris dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- 1) Ukuran Dewan Komisaris secara Jumlah

$$\begin{aligned} & \text{Dewan Komisaris} \\ & = \text{Jumlah Seluruh Anggota Dewan Komisaris} \end{aligned}$$

- 2) Proporsi Komisaris Independen

$$\begin{aligned} & DK_{Independen} \\ & = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Komisaris}} \times 100\% \end{aligned}$$

- 3) Logaritma Ukuran Dewan Komisaris

$$\ln(UK_DK) = \ln(\text{Jumlah Komisaris})$$

d. Peran Tata Kelola Perusahaan dalam Meningkatkan Kepercayaan Investor dan Nilai perusahaan

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepercayaan investor menjadi aset yang harus dipelihara oleh perusahaan. Tata kelola perusahaan berperan sebagai fondasi utama dalam membangun dan menjaga kepercayaan tersebut.

Penerapan tata kelola perusahaan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dikelola secara profesional, transparan dan bertanggung jawab. Hal ini menciptakan keyakinan di kalangan investor bahwa dana yang mereka tanamkan dikelola secara efisien dan tidak disalahgunakan. Sebagai hasilnya, investor cenderung merasa lebih aman dan tertarik untuk berinvestasi, sehingga

meningkatkan akses perusahaan terhadap sumber pendanaan eksternal dengan modal yang lebih rendah.

Tidak hanya itu, tata kelola yang baik juga berkorelasi positif dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan struktur pengawasan dan pengendalian internal yang efektif, perusahaan dapat mengurangi risiko operasional, meningkatkan efisiensi, dan mengambil keputusan strategis secara lebih tepat. Ini akan berdampak langsung pada peningkatan profitabilitas, keberlangsungan usaha, dan pada akhirnya menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.

Bahkan dalam konteks penilaian perusahaan oleh lembaga pemeringkat atau investor institusional, keberadaan sistem tata kelola perusahaan yang solid seringkali menjadi pertimbangan utama. Oleh karena itu, tata kelola perusahaan atau GCG tidak hanya penting dari sisi kepatuhan regulasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menciptakan daya saing dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

2. Profitabilitas

a. Pengertian profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu indikator untuk menilai kesehatan keuangan dan kinerja suatu perusahaan. Konsep ini mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh sumber daya yang dimilikinya, seperti aset, ekuitas,

atau penjualan. Dengan kata lain, profitabilitas menunjukkan seberapa efisien perusahaan mengelola operasionalnya dalam rangka menciptakan keuntungan (Tene et al., 2023).

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi perhatian utama baik bagi pihak internal maupun eksternal, seperti investor, kreditor dan pemangku kepentingan lainnya, tingkat profitabilitas memberikan sinyal penting terkait kelayakan investasi dan risiko keuangan perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan operasional dengan efisien, menjaga biaya tetap rendah, mengoptimalkan pendapatan. Selain itu tingginya laba menjadi sumber pembiayaan internal yang dapat dimanfaatkan untuk ekspansi usaha, pembayaran deviden, serta memperkuat posisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas tidak hanya menggambarkan hasil akhir dari aktivitas bisnis, tetapi juga menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis jangka panjang (Cindy & Ardini, 2023).

Dengan demikian, profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan persepsi positif investor terhadap prospek perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

b. Rasio-Rasio yang Digunakan untuk Mengukur Profitabilitas

Untuk mengetahui seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan laba, digunakan beberapa rasio keuangan yang menjadi alat ukur utama dalam analisis profitabilitas. Beberapa rasio tersebut antara lain (Lase et al., 2022).

1) *Return on Assets (ROA)*

ROA mengukur seberapa besar laba bersih yang dihasilkan perusahaan dari keseluruhan aset yang digunakan. Rasio ini memberikan gambaran mengenai efisiensi manajemen dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROA semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. ROA dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

1) ROA Dasar

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2) ROA Berdasarkan EBIT

$$ROA_{EBIT} = \frac{EBIT}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3) ROA Rata-Rata

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata - Rata Total Aset}} \times 100\%$$

2) *Return on Equity (ROE)*

ROE menunjukkan tingkat pengembalian atas ekuitas yang ditanamkan oleh pemegang saham. Rasio ini digunakan

untuk menilai sejauh mana modal yang disetor oleh pemegang saham mampu menghasilkan keuntungan. ROE yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu memberikan pengembalian yang menarik bagi para investor. Dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

1) ROE Dasar

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2) ROE Rata-Rata

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata - Rata Ekuitas}} \times 100\%$$

3) ROE Bentuk Rasio Desimal

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

3) **Net Profit Margin (NPM)**

NPM mengukur seberapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap satuan penjualan. Rasio ini memberikan gambaran efisiensi operasional perusahaan setelah seluruh beban, termasuk pajak dan bunga, dikurangi dari pendapatan. Semakin tinggi margin keuntungan bersih, semakin efisiensi perusahaan dalam mengendalikan biaya.

Dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

1) NPM Dasar

$$NPM = \frac{Laba Bersih}{Pendapatan Bersih} \times 100\%$$

2) NPM Bentuk Rasio Desimal

$$NPM = \frac{Laba Bersih}{Pendapatan Bersih}$$

3) NPM Rata-Rata

$$\overline{NPM} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{Laba Bersih_t}{Penjualan Bersih_t} \right)$$

4) *Gross Profit Margin*

Selain NPM, perusahaan juga dapat menggunakan margin laba kotor (*Gross Profit Margin*). *Gross Profit Margin* menilai efisiensi dalam produksi. GPM dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

1) GPM Dasar

$$GPM = \frac{Laba Kotor}{Penjualan} \times 100\%$$

2) GPM Bentuk Rasio Desimal

$$GPM = \frac{Laba Kotor}{Penjualan}$$

3) GPM Rata-Rata

$$\overline{GPM} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{Laba Kotor_t}{Penjualan Bersih_t} \right)$$

5) *Earnings per Share (EPS)*

EPS mengukur laba yang diperoleh untuk setiap lembar saham yang beredar. Ini sering digunakan oleh investor

untuk menilai seberapa besar keuntungan yang mereka peroleh dari kepemilikan saham perusahaan. Dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

1) EPS Dasar

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{Deviden Saham Preferen}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2) EPS Rata-Rata

$$\overline{EPS} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{\text{Laba Bersih}_t}{\text{Saham Beredar}_t} \right)$$

3) EPS Dilusian

$$\begin{aligned} & \text{EPS Dilusian} \\ &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar} + \text{Saham Potensial}} \end{aligned}$$

Penggunaan rasio-rasio ini secara bersamaan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi profitabilitas perusahaan dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi aset, ekuitas, maupun pendapatan.

c. Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah gambaran atas seberapa besar pasar menilai keseluruhan kekayaan dan prospek masa depan suatu perusahaan. Profitabilitas menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi nilai ini. Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, maka laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk meningkatkan deviden, memperkuat ekspansi usaha, dan

memperbaiki posisi likuiditas, semua itu secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan (Laksono & Rahayu, 2021).

Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan bersifat erat karena investor cenderung menilai tinggi perusahaan yang mampu menjaga dan meningkatkan laba dari waktu ke waktu. Laba yang konsisten mencerminkan manajemen yang andal dan strategi bisnis yang efektif, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar. Kepercayaan pasar ini tercermin dalam harga saham yang tinggi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Namun demikian, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidak selalu bersifat linear. Dalam beberapa kasus, perusahaan yang sangat menguntungkan tetapi tidak membagikan dividen atau tidak memperjelas rencana pengelolaan laba justru kurang diminati investor. Hal ini menunjukkan bahwa selain laba, transparansi, kebijakan manajemen, dan ekspektasi pasar juga memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Menurut temuan studi terdahulu oleh (Ananda & Yanti, 2024) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Oleh karena itu, menjaga profitabilitas tetap tinggi, disertai dengan pengelolaan keuangan dan komunikasi yang baik kepada

investor, akan memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan nilainya dalam jangka panjang.

3. Likuiditas

a. Pengertian Likuiditas

Likuiditas merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek dengan memanfaatkan aset lancarnya. Dalam konteks ini, kewajiban jangka pendek mencakup segala jenis utang atau beban yang harus dilunasi dalam waktu kurang dari satu tahun, seperti utang usaha, gaji karyawan, biaya operasional, dan cicilan pinjaman jangka pendek. Aset lancar yang digunakan untuk menutupi kewajiban ini mencakup kas, setara kas, piutang, dan persediaan (Susrama, 2024).

Kemampuan melunasi kewajiban jangka pendek sangat penting karena berkaitan langsung dengan kelangsungan operasional perusahaan. Ketika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban tersebut, maka dapat terjadi gangguan dalam kegiatan bisnis, munculnya denda, bahkan potensi kehilangan kepercayaan dari kreditur dan investor. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas bukan sekadar soal pencatatan keuangan, melainkan aspek krusial dalam manajemen risiko dan stabilitas usaha.

Beberapa kondisi dapat menyebabkan perusahaan tidak likuid, antara lain karena tidak tersedia dana tunai yang cukup, adanya keterlambatan dalam pencairan piutang, atau ketergantungan pada penjualan aset yang prosesnya memerlukan waktu. Oleh sebab itu, manajemen perusahaan harus memastikan adanya keseimbangan antara aset lancar dan kewajiban jangka pendek agar tetap berada dalam kondisi sehat.

Secara umum, perusahaan dianggap berada dalam kondisi likuid apabila nilai aset lancarnya lebih besar dibanding kewajiban lancarnya. Dengan kata lain, perusahaan memiliki cadangan dana atau sumber daya yang cukup untuk menutupi beban finansial yang mendesak. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fleksibilitas keuangan yang baik dan dapat bertahan dalam situasi pasar yang tidak menentu (Salsabila & Akhmadi, 2023).

Tingkat likuiditas yang tinggi juga sering dikaitkan dengan nilai perusahaan. Ketika perusahaan mampu menunjukkan kestabilan dan keandalan dalam melunasi kewajiban jangka pendek, investor akan menilai perusahaan tersebut sebagai entitas yang sehat dan potensial. Sebaliknya, perusahaan yang kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dapat kehilangan reputasi dan kepercayaan pasar, yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Oleh karena itu, tingkat likuiditas yang tidak seimbang dapat memengaruhi persepsi investor. Jika investor menilai perusahaan tidak mampu mengoptimalkan aset lancarnya, maka hal tersebut dapat menurunkan nilai perusahaan.

b. Rasio Likuiditas yang Umum Digunakan

Untuk menilai sejauh mana tingkat likuiditas suatu perusahaan, digunakan beberapa rasio keuangan sebagai alat analisis. Dua yang paling umum digunakan adalah *Current Ratio* (CR) dan *Quick Ratio* (QR).

1) *Current Ratio* (CR)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya dengan menggunakan seluruh aset lancar. Rumusnya adalah:

1) Rumus Dasar

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2) *Current Ratio* Bentuk Desimal

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} = x : 1$$

3) *Current Ratio* Rata-Rata

$$\overline{CR} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{\text{Aset Lancar}_t}{\text{Kewajiban Lancar}_t} \right)$$

Semakin tinggi nilai rasio ini, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban

jangka pendeknya. Rasio sebesar 2:1 atau 200% sering dijadikan standar ideal, yang berarti perusahaan memiliki dua kali lipat aset lancar dibandingkan utang lancarnya.

2) *Quick Ratio (QR)*

Rasio ini juga dikenal sebagai *acid test ratio*, yang menunjukkan seberapa cepat perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa mengandalkan persediaan. Hal ini karena persediaan dianggap kurang likuid dibanding aset lainnya. Rumusnya adalah:

1) *Quick Ratio Dasar*

$$QR = \frac{(Aset Lancar - Persediaan)}{Kewajiban Lancar}$$

2) *Quick Ratio Bentuk Desimal*

$$QR = x : 1$$

3) *Quick Ratio Rata-Rata*

$$\overline{QR} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{Aset Lancar_t - Persediaan_t}{Kewajiban Lancar_t} \right)$$

QR memberikan gambaran lebih konservatif mengenai likuiditas perusahaan karena hanya menghitung aset-aset yang benar-benar mudah dicairkan. Seperti kas, setera kas, dan piutang. Nilai CR dan QR yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor dan kreditur bahwa perusahaan berada dalam posisi yang kuat untuk memenuhi kewajibannya,

sekaligus mampu menjalankan aktivitas operasionalnya secara lancar.

c. Pengaruh Likuiditas terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan

Likuiditas tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga sangat memengaruhi kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Ketika perusahaan memiliki likuiditas yang tinggi, maka operasional dapat berjalan dengan efisien karena tidak ada hambatan dalam pembayaran beban rutin, pembelian bahan baku, atau pengeluaran mendesak lainnya. Ini menciptakan stabilitas dan meningkatkan produktivitas perusahaan (Lisna, 2024).

Dari perspektif nilai perusahaan, tingkat likuiditas memberikan pengaruh langsung terhadap persepsi investor. Perusahaan dengan likuiditas tinggi dianggap minim risiko, sehingga lebih menarik bagi calon investor maupun kreditur. Hal ini dapat mendorong naiknya harga saham dan meningkatkan nilai pasar perusahaan. Tak heran jika banyak penelitian menunjukkan bahwa likuiditas memiliki korelasi positif terhadap nilai perusahaan (Ningrum, 2022).

Namun ada pula pandangan berbeda yang menyebutkan bahwa likuiditas yang terlalu tinggi justru bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan menyimpan terlalu banyak dana tanpa memanfaatkan untuk investasi atau ekspansi. Dalam hal ini,

perusahaan dinilai kurang efisien dalam mengelola asetnya. Maka, pentingnya bagi manajemen untuk menjaga keseimbangan likuiditas yang cukup untuk menjamin kelancaran operasional, namun tidak berlebihan hingga mengurangi potensi pertumbuhan.

Studi-studi empiris menunjukkan hasil yang bervariasi. Ada penelitian yang menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa semakin lancar kondisi keuangan jangka pendek, semakin tinggi nilai yang diberikan pasar kepada perusahaan (Iman et al., 2021). Adapun menurut (Samara & Susanti, 2021) likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Terlepas dari perbedaan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa likuiditas tetap menjadi aspek fundamental yang perlu dikelola dengan baik. Likuiditas bukan hanya menjadi indikator kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga dapat mempengaruhi persepsi pasar, daya saing, dan potensi pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

4. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator penting yang menciptakan skala operasi dan kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Secara umum, ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya suatu entitas bisnis, yang biasanya

diukur dari total aset, pendapatan (omzet), jumlah karyawan, atau kapitalisasi pasar bagi perusahaan yang sudah *go public*. Salah satu pendekatan paling umum dalam mengukur ukuran perusahaan adalah melalui total aset yang dimiliki. Aset tersebut mencakup seluruh sumber daya ekonomi yang dikuasi oleh perusahaan dan diharapkan dapat memberikan manfaat di masa depan, baik dalam bentuk kas, piutang, persediaan, maupun properti dan peralatan (Reynaldi et al., 2023).

Semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin luas pula ruang gerak dan fleksibilitas manajerial dalam merancang strategi dan kebijakan operasional. Perusahaan besar biasanya memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks dan kemampuan pembiayaan yang lebih baik, baik dari sumber internal maupun eksternal. Dengan demikian, perusahaan besar cenderung lebih mampu bertahan dalam kondisi pasar yang tidak stabil, dan lebih siap untuk melakukan ekspansi atau diversifikasi usaha.

Disisi lain, ukuran perusahaan juga sering dijadikan indikator dalam menilai risiko kegagalan atau kebangkrutan. Perusahaan kecil biasanya lebih rentan terhadap guncangan ekonomi karena keterbatasan dalam akses pembiayaan, kapasitas produksi, dan daya saing. Sebaliknya, perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap pasar modal, hubungan yang lebih kuat dengan lembaga keuangan, dan tingkat

kepercayaan yang lebih tinggi dari investor dan kreditur. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat risiko dan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, yang akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

b. Indikator Pengukuran Ukuran Perusahaan

Dalam praktiknya, ukuran perusahaan tidak hanya dilihat dari satu sisi saja. Beberapa indikator umum yang sering digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan antara lain (Bandaro & Ariyanto, 2020):

1) Total Aset

Total aset mencerminkan keseluruhan nilai dari sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh perusahaan. Indikator ini sering dianggap sebagai ukuran paling komprehensif karena mencakup semua aspek yang mendukung kegiatan operasional perusahaan. Total aset juga mencerminkan kekuatan finansial perusahaan dalam membiayai aktivitasnya. Dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SIZE = Ln (Total Aset)$$

2) Total Pendapatan (Omzet)

Omzet atau pendapatan tahunan merupakan indikator yang menunjukkan seberapa volume penjualan atau transaksi yang berhasil dicapai perusahaan dalam periode tertentu.

Semakin tinggi omzet, semakin besar kapasitas pasar dan efisiensi operasi yang dimiliki perusahaan. Dihitung dengan rumus:

$$SIZE = Ln (Total Penjualan Bersih)$$

3) Jumlah Karyawan

Banyaknya tenaga kerja yang dimiliki dapat mencerminkan skala produksi atau layanan yang disediakan oleh perusahaan. Perusahaan dengan jumlah karyawan yang besar biasanya memiliki operasi yang luas dan kompleks. Dihitung menggunakan rumus:

$$SIZE = Ln (Total Karyawan)$$

4) Kapitalisasi Pasar (untuk Perusahaan Publik)

Untuk perusahaan yang sudah melantai di bursa efek, kapitalisasi pasar (*market capitalization*) dapat digunakan sebagai indikator ukuran perusahaan. Ini dihitung dari harga saham dikalikan jumlah saham yang beredar, dan mencerminkan penilaian pasar terhadap nilai perusahaan. Dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SIZE = Ln (Total Kapitalisasi Pasar)$$

Pemilihan indikator tergantung pada tujuan analisis dan ketersediaan data. Dalam penelitian empiris, ukuran perusahaan sering di konversi ke dalam bentuk logaritma alami dari total aset

atau omzet, untuk menghindari penyimpangan data yang terlalu besar akibat perbedaan skala antar perusahaan.

c. Implikasi Ukuran Perusahaan terhadap Kepercayaan Investor dan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki dampak yang cukup besar terhadap bagaimana investor dan pemangku kepentingan lainnya memandang dan menilai perusahaan. Menurut (Callista & Wi, 2022) ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah modal yang dikeluarkan, jumlah pendapatan yang diperoleh, jumlah penjualan yang dihasilkan, jumlah saham yang diterbitkan, nilai pasar, ukuran log, total aset, dan sebagainya. Perusahaan dengan ukuran besar cenderung lebih besar dipercaya investor karena dianggap memiliki manajemen risiko yang lebih baik, akses pendanaan yang lebih luas, serta kestabilan operasional yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar umumnya memiliki track record yang lebih panjang, citra korporat yang sudah terbentuk, serta sistem manajemen yang lebih matang (Santoso & Junaeni, 2022).

Dalam konteks nilai perusahaan, ukuran yang besar sering kali diasosiasikan dengan potensi pertumbuhan yang lebih stabil. Perusahaan besar juga memiliki kemampuan lebih besar untuk melakukan inovasi, investasi dalam teknologi baru, dan ekspansi ke pasar yang lebih luas. Semua hal ini berkontribusi pada persepsi

pasar bahwa perusahaan besar memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, terutama dalam hal prospek jangka panjang.

Selain itu, perusahaan dengan ukuran besar sering kali menjadi target investasi institusional karena dianggap lebih transparan dan memiliki tata kelola perusahaan yang lebih baik. Reputasi, kemampuan membayar deviden, serta kinerja historis yang dapat diverifikasi juga menjadi alasan mengapa perusahaan besar menarik perhatian investor.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa ukuran besar juga membawa tantangan tersendiri, seperti birokrasi yang lebih rumit, resistensi terhadap perubahan, serta kebutuhan akan koordinasi yang lebih kompleks dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, meskipun ukuran besar memberikan keuntungan dari sisi kepercayaan dan persepsi nilai, efektivitas manajemen tetap menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan.

5. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan representasi dari tingkat penghargaan pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan suatu entitas bisnis. Nilai ini tidak hanya dilihat dari aspek finansial semata, tetapi juga mencerminkan ekspektasi dan kepercayaan

investor serta para pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan. Penilaian ini umumnya tercermin dalam harga pasar saham, yang bisa berfluktuasi sesuai dengan persepsi pasar terhadap kondisi internal maupun eksternal perusahaan (Muchtar, 2021).

Secara umum, nilai perusahaan dapat dikatakan sebagai cerminan dari kekayaan yang dihasilkan perusahaan bagi para pemegang saham. Nilai ini sering menjadi pertimbangan utama bagi calon investor ketika akan menanamkan modal, karena nilai yang tinggi menunjukkan potensi keuntungan yang lebih besar. Dalam dunia keuangan, salah satu alat ukur utama untuk menilai nilai perusahaan adalah rasio pasar atau *market value ratios*, khususnya *Price to Book Value* (PBV) (Hadqia et al., 2021).

Rasio PBV mengukur perbandingan antara harga saham dipasar dengan nilai buku atau kekayaan bersih perusahaan. Nilai buku ini di peroleh dari pembagian total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar. Apabila suatu perusahaan memiliki PBV lebih dari satu, artinya pasar menghargai perusahaan tersebut lebih tinggi dari nilai akuntansinya. Menurut (Arianto & Limajatini, 2022) PBV yang tinggi akan mencerminkan tingkat kemakmuran yang tinggi juga bagi para pemegang saham. Hal ini biasanya disebabkan oleh optimisme pasar terhadap potensi pertumbuhan

laba di masa depan, kualitas manajemen, efisiensi operasional, atau prospek industri secara keseluruhan (Dharma et al., 2023).

Nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan berbagai manfaat strategis, seperti mempermudah perusahaan dalam memperoleh pendanaan, meningkatkan daya tarik di mata investor, serta memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan bisnis. Sebaliknya, nilai yang rendah bisa menjadi sinyal bagi pasar bahwa perusahaan sedang menghadapi tantangan atau kinerja yang kurang memuaskan.

b. Indikator Nilai Perusahaan

Untuk menilai seberapa besar nilai sebuah perusahaan, terdapat beberapa indikator keuangan yang umum digunakan, antara lain (Vidyana & Buchory, 2024):

1) *Price to Book Value (PBV)*

PBV menunjukkan perbandingan antara nilai pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai setiap unit aset bersih perusahaan. PBV yang tinggi menandakan bahwa pasar menilai perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik atau memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

2) *Price Earnings Ratio (PER)*

PER mengukur hubungan antara harga saham dan laba bersih per saham (EPS). Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa besar harga saham dibandingkan dengan pendapatan yang dihasilkan. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi pula ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa depan. Namun, PER yang terlalu tinggi juga bisa menunjukkan harga saham yang overvalued. PER dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{EPS}$$

3) *Tobin's Q*

Tobin's Q merupakan rasio antara nilai pasar seluruh aset perusahaan dengan nilai pengganti aset-aset tersebut. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pasar menghargai aset perusahaan dibandingkan dengan biaya pembuatannya. Jika nilai *Q* lebih besar dari satu, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dinilai memiliki peluang investasi yang baik, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan.

$$Tobin's Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

4) *Market to Book Ratio (MBR)*

MBR adalah indikator lain yang mirip dengan PBV, menunjukkan seberapa besar nilai pasar dibanding dengan nilai

akuntansi perusahaan. Rasio ini juga membantu investor dalam menilai apakah saham suatu perusahaan tergolong undervalued atau overvalued. Dapat diukur menggunakan rumus:

$$MBR = \frac{\text{Nilai Pasar}}{\text{Nilai Buku}}$$

Indikator-indikator tersebut memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana pasar menilai suatu perusahaan, baik dari sisi kekayaan, pendapatan, maupun potensi pertumbuhannya. Penggunaan beberapa indikator secara bersamaan dapat menghasilkan analisis yang lebih akurat dan mendalam.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Nilai sebuah perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari internal maupun dari eksternal perusahaan. Berikut penjabaran lebih lanjut (Ningrum, 2022):

1) Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menjadi faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan. Aspek seperti profitabilitas (laba bersih, return on assets, return on equity), likuiditas, solvabilitas, serta efisiensi operasional sangat berpengaruh terhadap persepsi pasar. Semakin baik performa keuangan suatu perusahaan, semakin tinggi nilai yang diberikan oleh investor.

2) Struktur Modal

Komposisi antara utang dan ekuitas juga menjadi perhatian utama. Struktur modal yang sehat dan optimal dapat mencerminkan manajemen risiko yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar. Sebaliknya, beban utang yang tinggi bisa meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan nilai perusahaan.

3) Kebijakan Deviden

Konsistensi dan kebijakan dalam pembagian deviden sering kali menjadi pertimbangan bagi investor. Perusahaan yang rutin membagikan deviden dianggap memiliki arus kas yang stabil dan manajemen yang transparan, yang berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

4) Pertumbuhan Perusahaan

Potensi dan realisasi pertumbuhan usaha di masa depan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor. Perusahaan dengan strategi ekspansi yang baik, inovasi produk, dan penguasaan pasar yang kuat cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi.

5) Kualitas Manajemen

Kemampuan dan integritas tim manajemen memainkan peran penting dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Manajemen yang andal mampu memaksimalkan aset dan peluang untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

6) Reputasi dan Citra Perusahaan

Reputasi yang baik di mata publik dan mitra bisnis dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini mencakup tanggung jawab sosial perusahaan, etika bisnis, dan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan.

7) Faktor Eksternal

Lingkungan eksternal seperti kondisi ekonomi nasional dan global, stabilitas politik, suku bunga, inflasi, nilai tukar, dan kebijakan pemerintah sangat memengaruhi nilai perusahaan. Misalnya, kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat menurunkan daya beli masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan dan nilai perusahaan.

8) Persaingan dan Posisi Pasar

Seberapa kuat posisi perusahaan dalam industri juga menjadi faktor penentu nilai perusahaan. perusahaan yang memiliki pangsa pasar besar, brand kuat, atau keunggulan kompetitif tertentu cenderung memiliki nilai lebih tinggi dibanding pesaingnya.

6. Kepercayaan Investor

a. Definisi dan Konsep Kepercayaan Investor

Kepercayaan investor adalah suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh para investor terhadap kredibilitas, integritas, dan kemampuan suatu entitas, baik itu perusahaan maupun institusi

keuangan, dalam mengelola dana dan memenuhi komitmen jangka panjang. Dalam konteks pasar modal, kepercayaan ini menjadi fondasi penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Investor yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap suatu perusahaan lebih cenderung untuk membeli atau mempertahankan sahamnya, bahkan di tengah volatilitas pasar (Waloyandari & Tyas, 2024)

Menurut beberapa ahli, kepercayaan investor merupakan bentuk dari persepsi subjektif yang dibentuk melalui serangkaian informasi, pengalaman masa lalu, serta reputasi dan track record perusahaan. Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) menyebutkan bahwa kepercayaan terbentuk dari tiga elemen utama, yaitu kemampuan, integritas, dan niat baik. Dalam konteks investasi ketiga elemen ini dapat terlihat melalui kinerja keuangan, tata kelola perusahaan, dan komitmen terhadap nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial (Darmika, 2019).

Kepercayaan investor juga erat kaitannya dengan konsep *perceived risk* dan *perceived return*. Ketika investor percaya bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dan mengelola risiko secara efektif, maka mereka cenderung merasa aman dalam menanamkan modal. Sebaliknya, jika kepercayaan terganggu, maka risiko dipersepsikan meningkat,

yang dapat menyebabkan penurunan minat investasi, bahkan penarikan dana secara besar-besaran.

Faktor ini penting sebagai variabel mediasi karena tidak semua faktor fundamental perusahaan secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat kepercayaan investor dapat menjadi jembatan yang menghubungkan tata kelola, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan dengan persepsi pasar yang tercermin dalam nilai perusahaan.

b. Indikator Kepercayaan Investor

1) *Market to Book Value of Equity (MBVE)*

MBVE adalah rasio yang digunakan untuk mengukur penilaian pasar terhadap ekuitas perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. MBVE mencerminkan persepsi dan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan di masa depan. Rasio ini menunjukkan bahwa seberapa besar pasar bersedia membayar setiap satu nilai buku entitas. MBVE dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MBVE = \frac{\text{Jumlah Saham} \times \text{Closing Price}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2) Volatilitas Harga Saham

Volatilitas harga saham adalah ukuran statistik atas seberapa besar fluktuasi harga saham di suatu perusahaan. Volatilitas yang dirasakan investor dalam berinvestasi pada saham menggambarkan tingkat risiko dan ketidakpastian,

semakin tinggi maka semakin besar tingkat fluktuasi harga saham. Dengan volatilitas yang rendah menunjukkan stabilitas kepercayaan investor. Rasio ini dapat diukur menggunakan rumus seperti di bawah ini:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(R_i - \bar{R})^2}{n}}$$

3) *Dividen Payout Ratio (DPR)*

DPR adalah rasio keuangan yang menunjukkan presentase laba bersih perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk deviden. Rasio ini mencerminkan kebijakan manajemen dalam membagikan keuntungan serta kepercayaan investor terhadap stabilitas perusahaan. Deviden yang konsisten menggambarkan perusahaan yang stabil dan dapat di percaya yg meningkatkan kepercayaan investor. Dapat diukur rasio ini sebagai berikut:

$$DPR = \frac{\text{Deviden Tunai}}{\text{Laba Bersih}} \times 100\%$$

4) *Price Earnings Ratio (PER)*

PER tidak hanya mencerminkan kinerja keuangan, tetapi dapat menggambarkan tingkat kepercayaan investor untuk prospek perusahaan. PER yang tinggi mencerminkan kepercayaan investor yang tinggi terhadap perusahaan. Investor bersedia berinvestasi dengan harga saham yang relatif mahal hal ini menunjukkan bahwa investor optimisme dan

kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan. rasio ini dapat diukur dengan rumus:

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{EPS}$$

c. Faktor Pembentuk Kepercayaan Investor

Kepercayaan investor tidak muncul begitu saja, melainkan terbentuk dari interaksi berbagai faktor yang saling memengaruhi. Beberapa faktor utama yang membentuk kepercayaan investor antara lain:

1) Kinerja Perusahaan

Kinerja keuangan yang baik dan konsisten menjadi indikator utama dalam membentuk kepercayaan investor. Laporan keuangan yang menunjukkan pertumbuhan pendapatan, profitabilitas yang stabil, efisiensi operasional, serta rasio keuangan yang sehat akan memberikan sinyal positif kepada investor. Di sisi lain, fluktuasi kinerja atau laporan keuangan yang tidak transparan bisa menurunkan tingkat kepercayaan. Tidak hanya itu, kinerja non-keuangan seperti inovasi, pengelolaan SDM, dan strategi pertumbuhan jangka panjang juga turut diperhitungkan oleh investor yang cermat.

2) Tata Kelola Perusahaan

Sistem tata kelola perusahaan yang baik menjadi jaminan bagi investor bahwa perusahaan dikelola secara profesional, akuntabel, dan berorientasi pada kepentingan

jangka panjang. Praktik-praktik tata kelola seperti adanya dewan komisaris independen, komite audit, serta mekanisme pengawasan internal yang kuat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan keadilan. Dalam beberapa kasus, buruknya tata kelola dapat menjadi pemicu utama krisis kepercayaan investor, sebagaimana terlihat dalam berbagai skandal keuangan global seperti Enron dan Wirecard.

3) Reputasi Perusahaan

Reputasi merupakan persepsi jangka panjang yang dibentuk oleh tindakan dan hasil nyata dari perusahaan dalam berbagai aspek. Reputasi yang baik mencerminkan konsistensi dalam menjalankan bisnis secara etis, komitmen terhadap pemangku kepentingan, serta keberhasilan dalam menjalin hubungan yang positif dengan pelanggan, mitra, dan regulator. Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, reputasi perusahaan juga dipengaruhi oleh opini publik dan media sosial. Salah satu reputasi negatif dapat menyebar dengan cepat dan menghancurkan kepercayaan investor dalam waktu singkat.

4) Transparansi dan Keterbukaan Informasi

Transparansi dalam penyampaian informasi keuangan dan non-keuangan sangat penting dalam membangun kepercayaan investor. Investor mengandalkan informasi yang diberikan perusahaan untuk menilai risiko dan peluang

investasi. Oleh karena itu, penyampaian laporan keuangan yang akurat, tepat waktu, dan mudah diakses menjadi kewajiban moral dan hukum. Selain itu, keterbukaan perusahaan dalam menghadapi krisis, seperti menyampaikan tantangan yang dihadapi serta strategi mitigasi yang dilakukan, dapat memperkuat kepercayaan dan memperkecil reaksi negatif pasar.

d. Peran Kepercayaan Investor sebagai Variabel Mediasi

Dalam banyak penelitian, kepercayaan investor sering ditempatkan sebagai variabel mediasi, yaitu variabel yang menjembatani hubungan antara faktor penyebab dan akibat dalam model hubungan kausal. Peran mediasi dari kepercayaan investor menjelaskan bagaimana dan mengapa faktor-faktor seperti kinerja perusahaan atau tata kelola perusahaan dapat mempengaruhi keputusan atau perilaku investasi.

Sebagai contoh, sebuah perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik belum tentu secara langsung meningkatkan minat beli saham oleh investor. Namun, jika tata kelola yang baik tersebut meningkatkan kepercayaan investor, maka kepercayaan inilah yang kemudian menjadi alasan utama investor melakukan pembelian saham. Dalam hal ini, kepercayaan berfungsi sebagai *transmission mechanism* yang mengubah input (tata kelola) menjadi output (keputusan investasi).

Pemahaman mengenai peran mediasi ini sangat penting, terutama dalam konteks strategis dan kebijakan perusahaan. dengan menyadari bahwa membangun kepercayaan merupakan langkah antara untuk mencapai keputusan investasi positif, perusahaan dapat lebih fokus pada pendekatan yang sistematis dalam membentuk kepercayaan tersebut melalui pengelolaan reputasi, pelaporan yang akuntabel, serta keterlibatan aktif dengan pemegang saham dan masyarakat.

7. Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI (2021-2023)

Industri barang konsumsi atau *consumer goods* merupakan salah satu sektor industri yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Produk-produk yang dihasilkan oleh sektor ini mencakup barang-barang yang dikonsumsi secara langsung oleh konsumen akhir, seperti makanan dan minuman, produk perawatan pribadi, barang kebutuhan rumah tangga, serta kebutuhan pokok lainnya (Umsaega, 2023). Karakteristik utama dari industri ini adalah permintaan yang cenderung stabil dan konsisten, karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar manusia. Dalam ilmu ekonomi, barang- barang konsumsi ini termasuk dalam kategori kebutuhan primer yang akan tetap dicari dan digunakan meskipun terjadi tekanan ekonomi (Fauzi et al., 2023).

Selain itu, industri barang konsumsi juga dikenal memiliki struktur pasar yang kompetitif, dengan banyaknya pemain industri yang

berlomba-lomba untuk memenangkan hati konsumen melalui inovasi produk, efisiensi distribusi, dan strategi pemasaran yang agresif. Industri ini juga sangat sensitif terhadap perubahan preferensi konsumen, tren gaya hidup, serta fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini dituntut untuk terus beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar dan kondisi ekonomi makro yang terus berubah.

Pemilihan sektor barang konsumsi sebagai objek dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan penting. Pertama, sektor ini merupakan salah satu sektor defensif dalam perekonomian yang cenderung tetap bertahan dalam situasi krisis. Ketika sektor-sektor lain seperti manufaktur berat, properti, atau jasa mengalami perlambatan, sektor barang konsumsi tetap dapat bergerak karena produknya merupakan bagian dari kebutuhan harian masyarakat. Hal ini menjadikan sektor ini menarik untuk dianalisis terutama dalam konteks ketahanan ekonomi. Kedua, sektor ini juga memiliki kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta penyerapan tenaga kerja, sehingga keberlangsungannya penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Ketiga, dari perspektif pasar modal, sektor barang konsumsi kerap kali dianggap sebagai sektor yang stabil dan menjanjikan untuk investasi jangka panjang, terutama bagi investor yang mencari portofolio dengan risiko yang relatif lebih rendah.

Dalam konteks waktu, penelitian ini mengambil data dari perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023. Pemilihan rentang waktu ini memiliki relevansi yang kuat dengan peristiwa global dan nasional yang terjadi, khususnya terkait dengan pandemi COVID-19 dan dampaknya terhadap perekonomian. Tahun 2020 menjadi titik awal dari masa krisis akibat pandemi, yang menyebabkan disrupsi besar-besaran terhadap rantai pasok, penurunan daya beli masyarakat, serta perubahan drastis dalam pola konsumsi. Industri barang konsumsi menjadi salah satu sektor yang harus menghadapi tantangan tersebut secara langsung, termasuk dalam hal distribusi produk, perubahan permintaan, serta adaptasi terhadap protokol kesehatan.

Namun, seiring dengan berjalannya waktu, khususnya memasuki tahun 2021 hingga 2023, terjadi proses pemulihan ekonomi baik di tingkat global maupun nasional. Pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan pemulihan, seperti program vaksinasi massal, stimulus ekonomi, serta pelonggaran pembatasan sosial secara bertahap. Kondisi ini membuka peluang bagi sektor barang konsumsi untuk kembali bangkit dan menata strategi bisnisnya. Oleh karena itu, periode 2020-2023 menjadi waktu yang tepat untuk menganalisis bagaimana perusahaan-perusahaan dalam sektor ini bertahan, bertransformasi, dan berkembang di tengah tantangan serta peluang yang muncul selama masa pasca-pandemi.

Selain itu, dengan menggunakan data dari BEI, penelitian ini dapat mengakses berbagai informasi yang relevan dan terukur mengenai kinerja perusahaan, baik dalam aspek keuangan, operasional, maupun manajerial. Data sekunder yang bersifat terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan ini memungkinkan analisis yang mendalam dan obyektif mengenai kondisi sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis, tidak hanya bagi pengembangan ilmu manajemen dan keuangan, tetapi juga bagi para pelaku usaha, investor, serta pengambil kebijakan yang berkepentingan dalam memperkuat daya saing sektor barang konsumsi di masa yang akan datang.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Temuan penelitian terdahulu yang sebanding dengan penelitian peneliti, sebagai berikut:

Tabel II. 1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Claudia Veronika, Rina Aprilyanti, dan Jenni (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Pertumbuhan	Variabel independen: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> ,	Profitabilitas berpengaruh signifikan, <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan

		Penjualan terhadap Nilai Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Likuiditas berpengaruh negatif signifikan, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan, Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2	Cynthia Evelyn Chandi & Etty Herijawati (2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	Variabel independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan solvabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

3	Anisah Tri Woro Sukanti dan Mia Ika Rahmawati (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan sedangkan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
4	Dhita Lusyana Citra Dewi dan Sri Layla Wahyu Istianti (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI periode 2019-2021	Variabel independen: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki hal yang sama seperti profitabilitas, sedangkan likuiditas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Alvina & Sufiyati (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas,	Variabel independen: Profitabilitas,	Hasil dari penelitian ini likuiditas serta

		Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan	Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi Variabel dependen: Nilai Perusahaan	keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan yang berarti.
6	Herman Sjahrudin dan Nur Asa Nikmatul Jannah (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, <i>Leverage</i> , dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, <i>Leverage</i> , Likuiditas Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kebijakan deviden memberikan kontribusi yang positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara <i>leverage</i> dan likuiditas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Novi Putri, Nila Pratiwi, dan Muhammad	Pengaruh Kebijakan Deviden, Likuiditas,	Variabel independen: Kebijakan Deviden,	Berdasarkan hasil penelitian, kebijakan deviden tidak berpengaruh

	Pondrinal (2024)	Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	yang signifikan terhadap nilai perusahaan. namun sebaliknya likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan masing-masing menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
8	Mileni dan Rr. Dian Anggreani (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek	Variabel Independen: Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan dan likuiditas memiliki pengaruh yang relatif kuat dibanding struktur modal dan profitabilitas. Namun peran keduanya tidak cukup kuat untuk menjadi penentu utama nilai perusahaan.

		Indonesia Tahun 2018- 2022)		
9	Adeliana Nabila Barnades & Heru Suprihhadi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Food And Beverages</i> di BEI Periode (2014-2018)	Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, namun sebaliknya untuk <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Tunggul Priyatama & Eka Pratini (2021)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada	Variabel Independen: Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen:	Struktur modal dan profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan, lalu untuk likuiditas dan ukuran perusahaan berbanding terbalik memiliki berpengaruh

		Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)	Nilai Perusahaan	negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	Misael Yeldi Sulaiman & Farid Addy Sumantri (2024)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan Industri Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020–2023)	Variabel Independen: <i>Lverage</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
12	Bintang Ananda &	Pengaruh Profitabilitas,	Variabel Independen:	Hasil penelitian bahwa profitabilitas

	Lia Dama Yanti (2024)	Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2023	Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Modal Variabel dependen: Nilai Perusahaan	berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, lalu likuiditas dan struktur modal tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
13	Aldi Samara & Metta Susanti (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang	Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

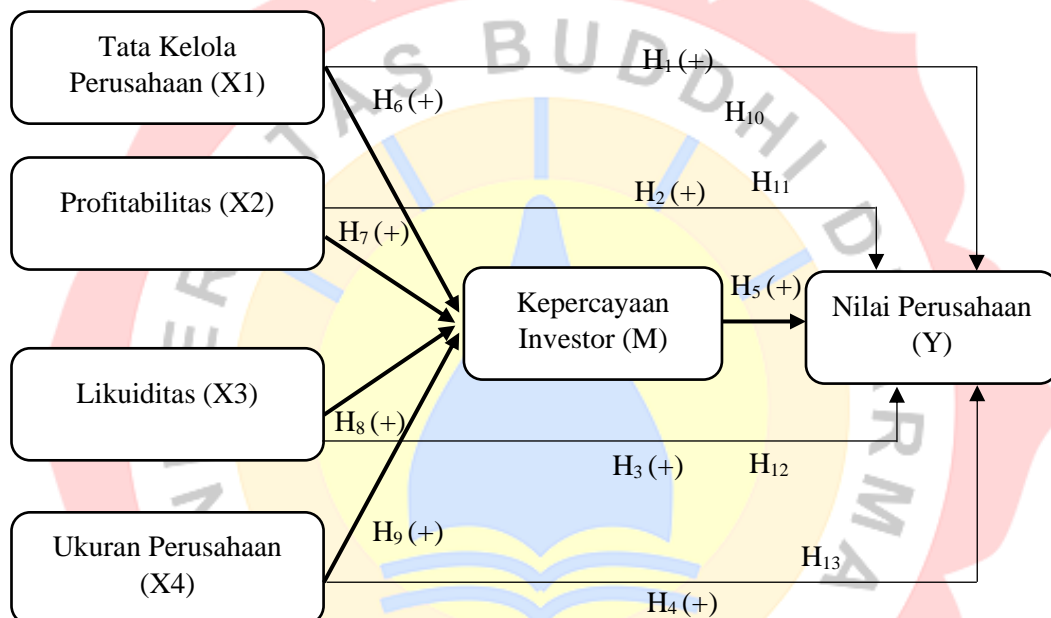
		Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia		
14	Chika Callista & Peng Wi (2022)	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini bahwa nilai perusahaan tidak dapat di pengaruhi oleh struktur modal dan juga likuiditas. sedangkan nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan.
15	Rizki Mardiyah Harahap, Edyanus Herman Halim dan Novita Indrawati (2022)	Analisis Pengaruh <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

		sebagai Variabel Mediasi	Variabel mediasi: Profitabilitas	leverage dan ukuran perusahaan mempengaruhi terhadap profitabilitas.
16	Aldi Arianto & Dr. Limajatini (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Assets (ROA), dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Keputusan Investasi Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Return On Assets (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Olahan sendiri

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari suatu penelitian yang disusun berdasarkan fakta-fakta, observasi dan kajian pustaka. Kerangka pemikiran yang digunakan penulis untuk membantu penyelesaian masalah dalam penelitian ini agar lebih jelas dan sistematis, hal ini dijelaskan pada gambar di bawah ini:



Sumber: Olahan sendiri

Gambar II. 1
Kerangka Pemikiran

D. Rumusan Hipotesis

1. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Suryaningtyas & Rohman, 2019) menyatakan bahwa Tata Kelola Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tata kelola yang baik dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan karena tata kelola yang baik (seperti transparansi, akuntabilitas, independensi,

tanggung jawab, dan adil) akan meningkatkan kepercayaan investor yang membuat investor untuk berinvestasi dan pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian (N. Putri et al., 2024) menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan dengan mekanisme yang baik akan dianggap lebih stabil, profesional dan menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang, dengan struktur dewan komisaris dan direksi yang efektif serta perlindungan hak-hak pemegang saham, maka semakin di percaya investor dan publik dan tingginya nilai perusahaan dibanding perusahaan yang tata kelolanya buruk.

Menurut (Esmeralda & Aisyah, 2018) menunjukkan bahwa tata kelola berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena tata kelola merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan, dengan meningkatkan nilai perusahaan adalah suatu prestasi bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tata Kelola Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Chandi & Herijawati, 2023) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan (D. L. citra Dewi & Istianti, 2023) menyatakan hal yang sama bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. profitabilitas yang semakin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. perusahaan yang memperoleh laba atau keuntungan yang besar akan menyebabkan entitas memiliki nilai yang baik.

Menurut (Sukanti & Rahmawati, n.d.) keuntungan atau laba akan berpengaruh terhadap perusahaan. Semakin tinggi laba perusahaan maka akan semakin tinggi deviden yang di bayarkan kepada pemegang saham. Dalam hal ini, nilai perusahaan akan meningkat dan menarik minat investor untuk berinvestasi. Laba yang dihasilkan tinggi karena perusahaan mampu mengelola aset yang dimilikinya dengan baik yang dapat menghidupkan atau meningkatkan perusahaan.

Dengan uraian di atas dapat disimpulkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Investor melihat perusahaan dengan likuiditas yang sehat. Likuiditas yang sehat berarti berkinerja yang baik, karena dapat secara efektif memenuhi dan membayar kewajibannya. Penelitian (Sukanti &

Rahmawati, n.d.) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan, karena perusahaan dapat secara efisien memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan memastikan keamanan bagi investor. Menurut (D. L. citra Dewi & Istianti, 2023) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi likuiditas, maka nilai perusahaan meningkat, namun peningkatannya sangat kecil.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lisna, 2024) bahwa likuiditas yang diukur menggunakan proksi *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi biasanya memiliki arus kas yang stabil, sehingga perusahaan mampu melunasi utang jangka pendek dengan memanfaatkan aset lancarnya. Hal ini menjadi sinyal positif bagi investor ketika perusahaan mampu mengelola kewajiban jangka pendek secara efisien. Sinyal ini meningkatkan kepercayaan investor yang berdampak meningkatnya harga saham, dan nilai perusahaan pun ikut meningkat. Likuiditas yang baik juga mencerminkan manajemen keuangan yang terencana dan hati-hati.

Berdasarkan penjelasan di atas maka diajukan rumusan hipotesis seperti dibawah ini:

H₃: Likuiditas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (N. Putri et al., 2024) ukuran perusahaan menunjukkan kemampuan dan stabilitas perusahaan dalam menerapkan kegiatan operasionalnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (N. Putri et al., 2024) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang semakin besar menggambarkan kekuatan tersendiri perusahaan dalam bisnis dan aset yang dapat menghasilkan keuntungan perusahaan. Hal ini menjadi sinyal positif bagi investor, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut (D. L. citra Dewi & Istianti, 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala besar akan lebih mudah memperoleh kepercayaan kreditur. Dengan ukuran perusahaan yang besar memiliki komitmen untuk terus memperbaiki kinerja, sehingga pasar akan percaya untuk membayar mahal harga saham untuk mendapatkan pengembalian keuntungan dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan rumusan hipotesis dibawah ini:

H₄: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

5. Pengaruh Kepercayaan Investor Terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu faktor yang di yakini mempengaruhi nilai perusahaan adalah tingkat kepercayaan investor. Semakin tinggi tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Jika investor memiliki kepercayaan yang kuat terhadap prospek dan perusahaan, mereka bersedia berinvestasi dalam saham perusahaan dan membayar harga yang lebih tinggi sehingga nilai perusahaan cenderung meningkat.

H₅: Kepercayaan Investor Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

6. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kepercayaan Investor

Tata kelola perusahaan yang efektif sangat penting bagi keberlangsungan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan, hal ini mengurangi risiko yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi. Dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad & Ilona, 2024) tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan investor. Tata kelola perusahaan tidak hanya meningkatkan ketergantungan dan kualitas informasi keuangan, namun memastikan operasi sistem akuntabilitas yang efisien dan meningkatkan kepercayaan investor. Investor lebih percaya perusahaan yang menerapkan tata kelola perusahaan yang baik di banding yang mengabaikan prinsip tata kelola.

H₆: Tata Kelola Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Investor

7. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kepercayaan Investor

Berdasarkan penelitian (H. V. Putri & Budiarta, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan investor. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Wiyanti & Halimatussadiyah, 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan investor. Kemampuan profitabilitas perusahaan mudah diidentifikasi di laporan keuangan, sehingga investor yang berkepentingan dapat menilai dan menganalisa laporan keuangan tersebut.

Faktor utama yang berpotensi mempengaruhi kepercayaan investor adalah profitabilitas, perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi umumnya menarik investor dan menumbuhkan kepercayaan investor dalam berinvestasi.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Investor

8. Pengaruh Likuiditas Terhadap Kepercayaan Investor

Likuiditas adalah rasio yang menjelaskan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya jangka pendeknya dengan aktiva lancar yang dimiliki. Menurut (Ratnasari & Purnawati, 2019) ditemukan dalam penelitian bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden. Rasio ini menjadi acuan untuk perusahaan

apakah mampu bertahan atau tidak mengalami kebangkrutan. Kepercayaan investor akan meningkat jika likuiditas perusahaan berada di kondisi yang stabil.

H₃: Likuiditas Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Investor

9. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kepercayaan Investor

Ukuran perusahaan adalah total dari aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang lebih besar cenderung memiliki kepercayaan investor yang tinggi, yang tercermin dalam volatilitas harga saham yang lebih rendah. Ukuran perusahaan seringkali di asosiasikan dengan stabilitas, pengalaman, dan visibilitas yang lebih besar di pasar modal, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor.

H₀: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Investor

10. Pengaruh Kepercayaan Investor Sebagai Mediasi Hubungan Antara Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Tata kelola yang efektif tercermin dalam transparansi informasi, akuntabilitas manajemen, perlindungan hak pemegang saham, independensi dewan komisaris, dan kepatuhan terhadap regulasi, diyakini memberikan sinyal positif terhadap investor. Investor yang memiliki keyakinan yang tinggi terhadap integritas dan praktik bisnis perusahaan cenderung lebih bersedia berinvestasi.

Meningkatnya kepercayaan investor akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan, dan cenderung lebih mudah mendapatkan akses ke pendanaan eksternal karena memiliki reputasi yang baik di pasar. Tata kelola perusahaan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya kepercayaan investor, dan kepercayaan inilah yang kemudian menjadi pendorong utama peningkatan nilai perusahaan.

H₁₀: Kepercayaan Investor Memediasi Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

11. Pengaruh Kepercayaan Investor Sebagai Mediasi Hubungan Antara Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan tercermin dalam tingkat profitabilitas yang tinggi secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan investor. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dan mengelola sumber daya secara efisien. Hal ini memberikan sinyal yang kuat kepada investor mengenai potensi pertumbuhan dan kesehatan finansial perusahaan di masa depan.

Dengan meningkatnya kepercayaan investor akan berdampak positif bagi nilai perusahaan karena permintaan terhadap saham perusahaan cenderung meningkat dan mendorong kenaikan harga saham dan kapitalisasi pasar. Tingkat kepercayaan investor yang tinggi mengurangi risiko investasi yang dipersepsikan. Profitabilitas yang baik

akan membangun keyakinan investor, dan kepercayaan ini yang akan menjadi mekanisme penting untuk meningkatkan nilai perusahaan.

H₁₁: Kepercayaan Investor Memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

12. Pengaruh Kepercayaan Investor Sebagai Mediasi Hubungan Antara Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas yang baik menunjukkan perusahaan memiliki aset lancar yang cukup untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya, mengurangi risiko gagal bayar dan memberikan kepercayaan kepada investor. Dengan tingkat likuiditas yang baik memberikan sinyal positif terhadap kesehatan finansial dan operasional perusahaan.

Tingkat kepercayaan investor akan berdampak pada nilai perusahaan. likuiditas yang sehat meningkatkan kepercayaan investor terhadap stabilitas keuangan perusahaan yang menjadi mekanisme dalam meningkatkan nilai perusahaan.

H₁₂: Kepercayaan Investor Memediasi Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

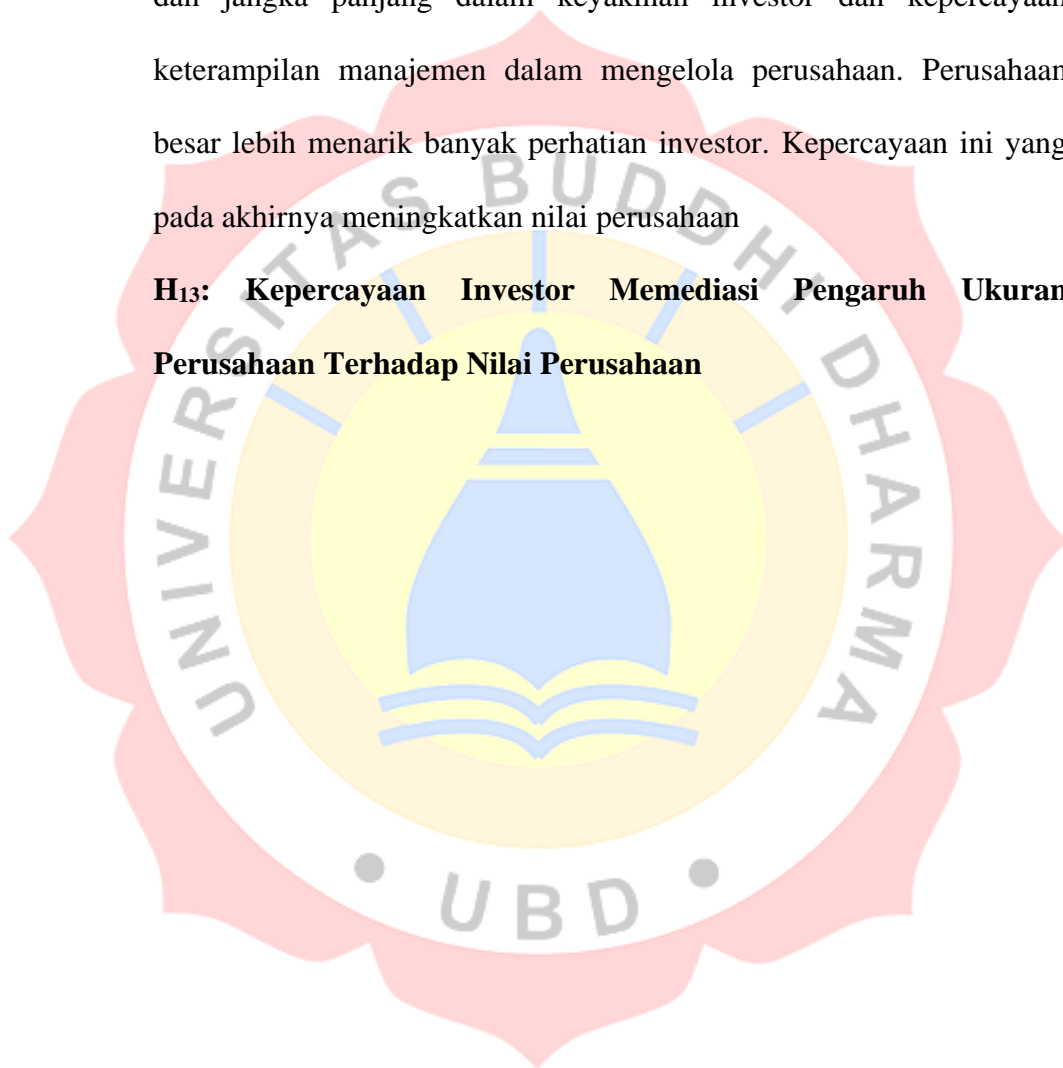
13. Pengaruh Kepercayaan Investor Sebagai Mediasi Hubungan Antara Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur melalui kapitalisasi pasar atau total aset perusahaan, hal ini dapat memberikan investor berbagai sinyal. Perusahaan yang ukuran perusahaan lebih besar mungkin terlihat lebih stabil, dengan lebih banyak sumber daya dan visibilitas yang lebih besar,

yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi perusahaan besar dapat melihat lebih banyak tantangan koordinasi birokrasi atau lebih kompleks.

Kepercayaan investor mencerminkan pertumbuhan transparansi dan jangka panjang dalam keyakinan investor dan kepercayaan keterampilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Perusahaan besar lebih menarik banyak perhatian investor. Kepercayaan ini yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan

H₁₃: Kepercayaan Investor Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuannya, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif. kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan data berupa angka dan bersifat statistik. Penelitian ini disimpulkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan penelitian ini berupa pengaruh sebab akibat antara variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sedangkan variabel dependen ialah Nilai Perusahaan serta variabel mediasinya dalam penelitian ini Kepercayaan Investor. Objek dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan menggunakan sumber data sekunder dalam bentuk laporan keuangan yang di publikasikan perusahaan setiap tahunnya. Data yang digunakan dalam penelitian berupa laporan keuangan perusahaan di sektor

barang konsumsi yang tercatat di BEI tahun 2020-2023 yang didapatkan melalui website BEI (IDX) yaitu www.idx.co.id sebagai sumber pengambilan data di Bursa Efek Indonesia (BEI).

D. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2023. Sektor barang konsumsi dipilih karena sektor ini penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dan mencerminkan respons dan adaptasi pasar terhadap dinamika ekonomi dan kepercayaan investor, sehingga relevan terhadap nilai perusahaan.

Populasi ini banyak mencakup berbagai sub-sektor di dalam barang konsumsi, seperti sub-sektor makanan dan minuman, peralatan rumah, kosmetik, dan produk konsumen lainnya. Sektor ini terdapat puluhan perusahaan yang aktif dan melaporkan laporan keuangannya setiap tahun selama periode di situs resmi BEI.

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* yaitu menggunakan teknik *non probability sampling* yang dilakukan dengan menetapkan kriteria tertentu agar diperoleh sampel yang benar-benar relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar secara aktif di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2020-2023.

2. Perusahaan sektor barang konsumsi yang tidak masuk dalam papan pencatatan utama dan berkembang.
3. Perusahaan sektor barang konsumsi yang mengalami kerugian selama periode penelitian.
4. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan mata uang rupiah.
5. Perusahaan sektor barang konsumsi yang tidak memiliki jumlah saham institusi selama periode penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi untuk menyusun penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan, menelusuri dan memperoleh informasi dari data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), serta dokumen lain yang relevan dengan variabel dalam penelitian ini. Teknik ini dipilih karena data yang digunakan tersedia secara publik, bersifat historis dan telah proses audit yang terjamin keandalannya.

2. Metode kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai referensi tertulis yang relevan dengan topik dan variabel penelitian. Peneliti membaca dan

mempelajari sumber-sumber seperti artikel ilmiah, jurnal, dan buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Metode ini untuk memperkuat pemahaman mengenai konsep yang diteliti, serta sebagai landasan untuk menyusun arah dan fokus penelitian.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yaitu variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat) dan variabel mediasi (perantara). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan dengan variabel mediasinya yaitu Kepercayaan Investor. Berikut uraian mengenai variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

1) Tata Kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan adalah suatu sistem pengelolaan dan pengawasan yang sangat mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan agar berjalan sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku. Untuk penelitian ini tata kelola perusahaan diukur menggunakan komisaris independen, kepemilikan institusional, dan ukuran dewan komisaris.

Komisaris independen berperan penting dalam mengawasi manajemen dan memastikan pengambilan keputusan sesuai dengan

kepentingan tertentu. Rumus yang digunakan untuk komisaris independen, yakni:

$$KOMIND = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Komisaris}}$$

Sumber : (Wahyudin et al., 2020)

Kepemilikan institusional berperan dalam struktur kepemilikan perusahaan yang diukur berdasarkan saham yang dimiliki oleh institusi asing ataupun lokal. Semakin besar kepemilikan institusi, maka akan semakin kuat pengawasan manajemen perusahaan. Rumus yang digunakan, yakni:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Sumber : (Wahyudin et al., 2020)

Ukuran dewan komisaris berperan untuk mengawasi manajemen perusahaan yang diukur berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris yang terdapat di laporan tahunan perusahaan. Semakin besar ukuran dewan komisaris, maka semakin kuat pengawasan terhadap perusahaan namun dapat juga menimbulkan inefisiensi. Rumus yang di gunakan, yakni:

$$UDK = \text{Jumlah Seluruh Anggota Dewan Komisaris}$$

Sumber : (Yanti et al., 2021)

2) Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan indikator *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). ROA digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan untuk menggunakan aset dalam menghasilkan laba atau keuntungan. ROA dapat diukur dengan rumus yakni:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : (Hapid & Hanifah, 2022)

ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian keuntungan atau laba terhadap ekuitas perusahaan. Dengan semakin tinggi ROE akan semakin besar laba yang dihasilkan. Dapat diukur dengan rumus yakni:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : (Elisa, 2021)

3) Likuiditas

Rasio likuiditas menggunakan indikator *Current Ratio* (CR) dan *Quick Ratio* (QR), CR merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. CR dapat diukur menggunakan rumus yakni:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Sumber : (M. Dewi & Zatira Novridayani, 2020)

QR merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa bergantung dengan persediaan. Dengan rasio ini mencerminkan tingkat keamanan perusahaan untuk melunasi utang lancarnya dengan cepat. QR dapat diukur dengan rumus yakni:

$$QR = \frac{(Aset Lancar - Persediaan)}{Kewajiban Lancar}$$

Sumber: (Pratama & Heruwanto, 2023)

4) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan di lihat yang akan mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus yakni:

$$SIZE = Ln (Total Aset)$$

Sumber : (M. Dewi & Zatira Novridayani, 2020)

2. Variabel Dependen

1) Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini variabel dependen adalah nilai perusahaan. Indikator yang digunakan nilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PVB). PBV adalah rasio yang sangat diperhatikan atau di pertimbangkan oleh investor sebelum

memutuskan investasi diperusahaan. PBV dipilih karena dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan. PBV dapat diukur menggunakan rumus yakni:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Sumber : (Hapid & Hanifah, 2022)

Semakin tinggi nilai PBV, semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan, yang menunjukkan meningkatnya kepercayaan investor dan daya tarik perusahaan. Oleh karena itu, PBV dianggap sebagai ukuran yang tepat untuk mencerminkan nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi.

3. Variabel Mediasi

1) Kepercayaan Investor

Dalam penelitian ini variabel mediasi yaitu kepercayaan investor. Kepercayaan investor dihitung dengan proksi PER.

Price to Earnings Ratio (PER) adalah rasio yang menunjukkan besarnya harga pasar yang akan dibayar investor untuk laba yang di hasilkan. PER digunakan untuk mengukur hubungan antar harga saham dengan laba bersih per lembar saham (EPS). Rumus PER diukur dengan rumus yakni:

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{EPS}$$

Sumber : (Anastasia & Fandy, 2022)

Berdasarkan penjabaran variabel-variabel di atas, berikut tabel operasional variabel dalam penelitian:

Tabel III. 1
Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Tata Kelola Perusahaan (X1)	$KOMIND = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Komisaris}}$ $KI = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$ $UDK = \text{Jumlah Seluruh Anggota Dewan Komisaris}$	Rasio
2	Profitabilitas (X2)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$ $ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
3	Likuiditas (X3)	$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$ $QR = \frac{(\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Kewajiban Lancar}}$	Rasio
4	Ukuran Perusahaan (X4)	$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio
5	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$	Rasio
6	Kepercayaan Investor (M)	$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{EPS}$	Rasio

Sumber: Olahan Sendiri

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang dipakai untuk mengukur hubungan antar variabel peneliti memakai analisis *Structural*

Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). SEM merupakan metode statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel laten. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel laten, termasuk pengaruh langsung dan tidak langsung (mediasi) antar variabel. Alat ukur dalam penelitian ini dengan bantuan program *SmartPLS* versi 4.0 yang diunduh melalui situs resmi *SmartPLS* www.smartpls.com.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan memberikan gambaran terhadap karakteristik variabel penelitian secara ringkas dan jelas, seperti rata-rata, median, modus, dan standar deviasi, maksimum, dan minimum.

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat kecenderungan data, tingkat sebaran, serta mendeteksi adanya outlier dalam data. Analisis ini dapat memberikan pola umum dan distribusi dari masing-masing variabel sebelum analisis lanjutan.

2. Uji Model Pengukuran

Uji model yang digunakan dibagi menjadi dua, yakni uji *outer model* dan uji *inner model*.

1) Uji Model Pengukuran (Outer Model / Measurement Model)

Model pengukuran adalah mengevaluasi bahwa alat ukur yang digunakan memiliki validasi dan reliabilitas dalam mengukur konstruk atau indikator (Marliana, 2020). Pengujian ini bertujuan

untuk mengukur hubungan antara variabel laten dengan indikator layak. Outer model terdiri dari uji validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan.

a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen digunakan untuk memastikan bahwa beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk benar-benar saling berkorelasi secara kuat. Pengukuran validitas konvergen dapat dilakukan dengan:

1. *Loading Factor (Standardized Outer Loadings)*

Loading factor adalah nilai yang menunjukkan besarnya korelasi antar indikator dengan variabel laten. Secara umum indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai ideal lebih atau di atas $>0,7$, dan sebaliknya jika muncul nilai kurang atau di bawah $<0,7$ maka indikator tersebut tidak valid.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE adalah mengukur rata-rata varians dari indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Jika nilai AVE $> 0,5$ maka dapat diterima dan jika nilai AVE $< 0,5$ maka validitas belum terpenuhi.

b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan adalah indikator suatu konstruk tidak boleh lebih kuat berkorelasi dengan konstruk lain dibanding dengan konstraknya sendiri. Validitas diskriminan

menunjukkan untuk memastikan hal yang berbeda dari setiap konstruk. Validitas diskriminan menggunakan tiga tahapan yakni:

1. *Fornell-Larcker Criterion*

Fornell-Larcker Criterion diukur menggunakan akar kuadrat nilai AVE dari masing-masing konstruk yang lebih besar dari pada korelasi antar konstruk. Nilai *Fornell-Larcker Criterion* yang dapat diterima jika nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dibanding nilai korelasi antar konstruk.

2. *Cross Loadings*

Pengujian ini bertujuan untuk melihat berapa tinggi muatan indikator pada variabel lainnya. Jika indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang dimaksud, dibandingkan dengan loading pada konstruk lainnya. Idealnya perbedaan loading antar konstruk cukup signifikan, minimal lebih besar 0,1.

3. *HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio)*

HTMT bertujuan untuk memastikan dua konstruk benar-benar berbeda satu dengan yang lainnya atau tidak saling tumpang tindih. Nilai HTMT yang memiliki nilai $< 0,9$ maka dinyatakan memiliki perbedaan yang jelas satu sama lainnya sehingga dinyatakan terpenuhi.

c. Uji Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas konstruk bertujuan untuk menilai konsistensi internal yang menggambarkan sekelompok indikator yang digunakan untuk mengukur satu variabel laten. Mengukur reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's alpha adalah sekelompok indikator untuk mengukur reliabilitas berdasarkan korelasi antar item atau indikator. Nilai idealnya untuk *cronbach's alpha* yakni $> 0,7$ untuk dapat diterima.

2. *Composite Reliability (CR)*

CR adalah sekelompok indikator untuk mengukur reliabilitas konstruk dengan mempertimbangkan nilai loading indikator secara individual. Pada umumnya nilai CR harus memiliki di atas atau lebih besar $> 0,7$ untuk dapat diterima.

2) Uji *Inner Model (Structural Model)*

Inner model adalah model struktural yang menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel laten. Bertujuan untuk memprediksi atau menguji hipotesis tentang hubungan kausalitas antar variabel laten. *Inner model* dapat diuji dengan model uji seperti:

a. Uji Multikolinearitas (VIF)

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIP). VIP bertujuan untuk menentukan tingkat multikolinearitas dengan mengukur korelasi tinggi antar variabel dalam konstruk yang sama. Nilai VIF yang bisa diterima $< 3,3$ atau $(<) 5$.

b. R-Square (R²)

R-Square (R²) atau koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel dependen yang dapat dijelaskan atau di prediksi variabel independen. Nilai R-Square dikatakan baik dengan nilai 0,67 (kuat), 0,33 (sedang), dan 0,19 (lemah).

c. F-Square (F²).

Uji F-Square digunakan untuk mengukur besarnya efek atau kontribusi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria nilai F-Square yang memiliki efek kecil (0,02), efek sedang (0,15), dan efek besar (0,35).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dan dependen memiliki hubungan yang signifikan. Uji hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* yang memungkinkan pengujian signifikan dengan nilai uji koefisien jalur. Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan dua jenis yaitu:

a. Uji Hubungan Langsung (*Direct Effect*)

Direct Effect bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur atau *Path Coefficient* dan nilai signifikansi (*P-Value* dan *T-Statistic*) dengan metode bootstrapping. Jika nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$ maka dinyatakan signifikan, namun sebaliknya jika nilai *t-statistic* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$ dinyatakan variabel tersebut tidak signifikan.

b. Uji Hubungan Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Indirect Effect ini digunakan untuk menguji pengaruh tidak langsung antar variabel bebas terhadap variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel mediasi. Uji ini juga menggunakan hasil bootstrapping untuk mendapatkan nilai signifikannya. Jika nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$ menunjukkan bahwa variabel mediasi dapat mempengaruhi hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat dengan adanya hubungan secara tidak langsung. Namun sebaliknya, jika nilai *t-statistic* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$ maka menunjukkan bahwa variabel mediasi tidak mempengaruhi hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat dan tidak adanya hubungan secara tidak langsung antar variabel.