

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN

Christina* dan Susanto Salim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: Christina.125180003@stu.untar.ac.id

Abstract:

The purpose of this research is to identify the effect of financial performance, liquidity, corporate social responsibility, and leverage on firm value. The data used in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018 - 2020 using Microsoft Excel and Software Eviews version 12. The sample selection technique in this study used purposive sampling and used 15 food and beverage companies. as the research sample. The results of this study indicate that financial performance has a positive and significant effect on firm value. Meanwhile liquidity, corporate social responsibility and leverage have no significant effect on firm value.

Keywords: *Financial performance, liquidity, corporate social responsibility, leverage, firm value*

Abstrak:

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2020 dengan menggunakan Microsoft Excel dan *Software Eviews* versi 12. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan menggunakan 15 perusahaan makanan dan minuman sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* nilai perusahaan

Pendahuluan

Perekonomian saat ini telah mengakibatkan banyak persaingan antar perusahaan. Persaingan ini menjadikan masing – masing perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan yang diwujudkan dalam peningkatan nilai perusahaan dan harga sahamnya. tingginya harga saham maka tingkat pengembalian kepada investor juga tinggi, yang berarti nilai perusahaannya juga akan tinggi sehingga dapat memenuhi tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Industri makanan dan minuman diharapkan tetap menjadi bagian penting dari

sektor manufaktur yang mendukung pertumbuhan dan perekonomian. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang berkelanjutan dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) sektor nonmigas serta realisasi peningkatan investasi. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang meningkat, volume kebutuhan akan makanan dan minuman juga mengalami peningkatan.

Fenomena yang terjadi dapat dilihat dari adanya kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi COVID-19, sepanjang triwulan IV tahun 2020 terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih dapat tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020. Selanjutnya, industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan yang penting dalam kontribusi ekspor industri pengolahan nonmigas. Pada periode Januari – Desember 2020, total nilai ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD 31,17 miliar atau menyumbang 23,78% terhadap ekspor industri pengolahan nonmigas sebesar USD 131,05 miliar. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut berkontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, dapat menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman memiliki peran yang cukup tinggi pada pertumbuhan di Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman ini merupakan salah satu sektor yang diminati oleh para investor, alasannya adalah sektor ini merupakan sektor yang dapat bertahan ditengah kondisi perekonomian Indonesia karena pendirian perusahaan makanan dan minuman yang semakin banyak diharapkan dapat memberikan prospek yang menguntungkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Yovin dan Santi, 2012).

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Adanya Faktor – faktor ini dapat dipertimbangkan lebih baik oleh investor dalam berinvestasi atau tidak pada suatu perusahaan tersebut.

Kajian Teori

Signalling theory. Teori signaling menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal didasari oleh adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, penjamin emisi, dan pengguna informasi lainnya, manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi tentang operasi perusahaan dan prospek masa depan perusahaan.

Legitimacy theory. Teori legitimasi menjelaskan kondisi di mana sebuah perusahaan beroperasi menurut norma – norma etika yang berlaku bagi masyarakat tanpa melewati batas – batas yang ada. Teori legitimasi adalah sistem manajemen perusahaan yang berorientasi sosial. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat beroperasi sesuai dengan harapan masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat memastikan aktivitas dan kinerjanya serta produk atau jasa yang dihasilkannya dapat diterima oleh masyarakat (Aprianti dan Budiasih, 2016).

Stakeholder Theory. Teori pemangku kepentingan adalah kumpulan kebijakan dan praktik yang terkait dengan pemangku kepentingan, nilai, kepatuhan terhadap ketentuan

hukum, penilaian sosial dan lingkungan, serta komitmen komunitas bisnis terhadap pembangunan berkelanjutan. Menurut Solihin, (2012) menjelaskan bahwa pemangku kepentingan dipisahkan menjadi dua kategori yakni kepentingan internal dan kepentingan eksternal. Pemangku kepentingan internal, terdiri dari orang – orang yang berkepentingan dan membutuhkan sumber daya perusahaan, dan berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak yang termasuk dalam kategori pemangku kepentingan internal adalah pemegang saham, manajer dan karyawan. Sedangkan, pemangku kepentingan eksternal adalah sekelompok individu dan kelompok yang bukan pemilik perusahaan, pimpinan perusahaan, dan karyawan perusahaan.

Kinerja Keuangan. Kinerja keuangan merupakan hasil atau pencapaian manajemen perusahaan selama periode waktu tertentu dalam menjalankan fungsinya secara efektif dalam mengelola aset perusahaan. Menurut Anggraini dan Priyadi (2016) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang baik dari sebuah perusahaan merupakan pertimbangan utama bagi investor. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka diharapkan semakin tinggi harga saham yang memberikan *return* saham bagi investor.

Likuiditas. Menurut Hery (2016), likuiditas adalah rasio yang mewakili kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Kewajiban jangka pendek perusahaan seperti tagihan listrik, gaji karyawan, dan hutang yang belum dibayar. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut dapat dikatakan perusahaan yang likuid. Sebaliknya jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka dapat dikatakan perusahaan tersebut tidak likuid.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang dapat memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat operasi perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012). Semakin banyak bentuk tanggung jawab yang diambil perusahaan terhadap lingkungan mereka, semakin banyak citra perusahaan terus ditingkatkan. Investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra baik di masyarakat, karena semakin baik citra perusahaan maka konsumen akan semakin loyal, sehingga dalam jangka waktu lama penjualan perusahaan akan meningkat, begitu pula probabilitas perusahaan meningkat.

Leverage. *Leverage* merupakan rasio yang dapat menunjukkan stabilitas keuangan suatu perusahaan dari seluruh kewajiban atau utang perusahaan (Sirait, 2017). Artinya seberapa besar modal yang dapat menutupi atau mengatasi total hutang perusahaan agar dapat mengerjakan kegiatan operasional perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan yang dapat dilunasi jika mampu mengatasi atau melunasi seluruh jumlah hutang yang dimilikinya, tetapi dianggap sebagai perusahaan yang pailit jika perusahaan tidak dapat mengatasi seluruh hutang yang dimilikinya.

Nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah keadaan yang terbentuk setelah perusahaan menyelesaikan suatu proses kegiatan dalam jangka waktu tertentu, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai sekarang. Menurut Franita, (2016) nilai perusahaan adalah harga yang dapat dijual dengan harga yang disepakati untuk dibayar oleh pembeli. Harga saham yang tinggi juga meningkatkan nilai perusahaan dan membuat investor lebih sejahtera. Hal ini dikarenakan harga saham mencerminkan nilai sebenarnya dari aset perusahaan dan dapat dipengaruhi oleh peluang investasi.

Kaitan Antar Variabel

Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan. Kinerja keuangan adalah hasil dari pengambilan keputusan yang terus menerus oleh manajemen. Perusahaan dengan *ROA* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi. Penting bagi investor untuk memberikan dampak positif pada nilai perusahaan dan mendukung perusahaan untuk mengelola asetnya secara efektif guna memaksimalkan keuntungan dalam keputusan investasi. Hal ini sesuai dengan teori pemangku kepentingan bahwa pemangku kepentingan memiliki hak dan kewajiban untuk mengambil keputusan yang tepat melalui pelaporan manajemen operasi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Pertiwi (2012) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Idham (2020) menyatakan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Hal ini sesuai dengan prinsip teori sinyal, semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka semakin baik sinyal yang diberikan kepada investor, yang akan meningkatkan nilai perusahaan karena investor melihat bahwa perusahaan dapat membayar kembali kewajibannya tanpa batasan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Magdalena (2019) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Awulle *et al*, (2018) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

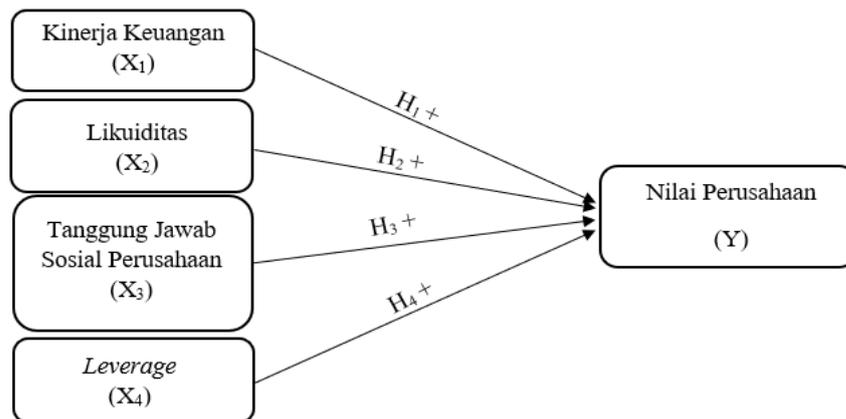
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal melalui laporan tahunan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, salah satu teori dasar pembentukan tanggung jawab sosial perusahaan, dan perusahaan melakukan kegiatan bisnis untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Melalui program ini, perusahaan menciptakan citra yang baik bagi masyarakat dan perusahaan memiliki pelanggan yang loyal. Ketika sebuah perusahaan memperoleh loyalitas pelanggan, hal ini mempengaruhi kepercayaan investor dan membuat mereka berinvestasi tanpa ragu-ragu. Peningkatan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat berdampak pada semakin tinggi nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Funawati (2017) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Wirakusuma (2017) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage dan Nilai Perusahaan. *Leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menggunakan aset atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang atau saham khusus) dalam rangka mencapai tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemiliknya. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang berkualitas adalah perusahaan yang mengirimkan sinyal ke pasar. Hal ini dilakukan agar pasar dapat membedakan antara perusahaan yang berkualitas baik dan perusahaan yang berkualitas buruk dari utang yang dikelola perusahaan tersebut. Tingkat *leverage* ini dapat bervariasi dari satu perusahaan ke perusahaan lain atau dari satu periode ke periode lain dalam suatu perusahaan, tetapi semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin tinggi risiko dan semakin tinggi pengembalian atau keuntungan yang diharapkan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Khumairoh *et al*, (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. sedangkan, penelitian Timbuleng dkk (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penjelasan hipotesis di atas, maka gambaran dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

Berikut rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

H1: Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3: Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

Perusahaan

H4: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana perusahaan makanan dan minuman sebagai populasi dari penelitian ini. Kriteria dari pemilihan sampel antara lain (1) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 – 2010, 2) perusahaan sektor makanan dan minuman yang IPO sebelum tahun 2018, dan 3) perusahaan sektor makanan dan minuman yang mengalami laba pada tahun 2018 – 2020. Hasil dari *purposive sampling* tersebut diperoleh 15 perusahaan yang terpilih. Berikut ini disajikan variabel operasional dan pengukuran yang digunakan:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Nama Variabel	Pengukuran	Skala
---------------	------------	-------

Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$	Rasio
Kinerja keuangan	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Likuiditas	$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$	Rasio
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	$CSDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$	Rasio
<i>Leverage</i>	$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Pemilihan Model Data Panel. Hasil uji *likelihood (chow - test)* menunjukkan nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* sebesar 0.0000 dimana angka ini lebih kecil dari 0.05 sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke dalam uji Hausman. Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section random* adalah sebesar 0.0306 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga model yang terpilih dalam penelitian ini adalah *fixed effect model (FEM)* dan pengujian pemilihan model tidak akan dilanjutkan ke dalam uji *Lagrange Multiplier test* karena model tersebut hanya perlu dilakukan jika nilai probabilitas *Chi-square* lebih besar dari 0.05

Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Hasil uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien antara variabel lebih kecil dari 0.8. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian bahwa hasil dari uji multikolinearitas tidak ada nilai koefisien korelasi antara variabel yang lebih dari 0.8. maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah mutikolinearitas antara masing – masing variabel independen dalam penelitian ini. Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* dan hasil dari uji tersebut menunjukkan nilai probabilitas pada *Chi-square* adalah sebesar 0.3563 dimana angka ini lebih besar dari 0.05 maka dapat menunjukkan bahwa data tersebut tidak terdapat masalah pada uji heteroskedastisitas atau model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.368026	2.314126	-0.591163	0.5595
ROA	34.80827	3.596979	9.677086	0.0000
CR	-0.097716	0.534238	-0.182907	0.8563

CSDI	0.754511	6.675038	0.113035	0.9109
DAR	5.512926	3.890947	1.416860	0.1684

Berdasarkan pada tabel 2 di atas dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda yang dapat menunjukkan hasil sebagai berikut:

$$Y = -1.368026 + 34.80827X_1 - 0.097716X_2 + 0.754511X_3 + 5.512926X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui bahwa nilai perusahaan sebagai variabel independen memiliki nilai sebesar -1.368026 . Hal ini menunjukkan apabila kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan, dan *leverage* serta *error* memiliki nilai sama dengan nol (0) atau bersifat *constanta* maka nilai perusahaan adalah sebesar -1.368026 satuan.

Kinerja keuangan sebagai variabel independen pertama memiliki nilai koefisien sebesar 34.80827 yang menandakan adanya pengaruh positif antara kinerja keuangan (X_1) dengan nilai perusahaan (Y). Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai kinerja keuangan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 34.80827 satuan. Likuiditas sebagai variabel independen kedua memiliki nilai koefisien sebesar -0.097716 yang menandakan adanya pengaruh negatif antara likuiditas (X_2) dengan nilai perusahaan (Y). Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai likuiditas berdampak pada penurunan nilai perusahaan sebesar -0.097716 satuan. Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel independen ketiga memiliki nilai koefisien sebesar 0.754511 yang menandakan adanya pengaruh positif antara tanggung jawab sosial perusahaan (X_3) dengan nilai perusahaan (Y). Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai tanggung jawab sosial perusahaan akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 0.754511 satuan. *Leverage* sebagai variabel independen keempat memiliki nilai koefisien sebesar 5.512926 yang menandakan adanya pengaruh positif antara *leverage* (X_4) dengan nilai perusahaan (Y). Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai *leverage* akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 5.512926 satuan. Uji Koefisien Determinasi (R^2) mendapatkan hasil yang menunjukkan nilai *adjusted R*² sebesar 0.963947 atau 96.39% artinya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh variabel kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* sebesar 96.39% dan sisanya sebesar 03.61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji F mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.000000. Nilai ini lebih kecil dari 0.05 yang berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen berupa kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* dalam penelitian ini secara simultan (bersama – sama) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penting bagi investor untuk mempertimbangkan

kinerja keuangannya. Semakin tinggi kinerja keuangan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang berarti bahwa dampak kinerja keuangan diukur dengan *return on asset* sebagai investasi yang mempengaruhi kesejahteraan pemegang saham atau pemangku kepentingan perusahaan. Melalui penggunaan aset yang dimiliki oleh perusahaan maka akan berdampak pada laba, sehingga dengan laba ini perusahaan juga akan memperoleh peluang yang cukup besar untuk menarik perhatian investor.

Likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila *current ratio* rendah dapat dikatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk membayar utang. Jika hasil pengukuran rasio tinggi, belum tentu kondisi perusahaan sedang baik. Hal ini dapat saja terjadi karena kas tidak digunakan sebaik mungkin. Rasio yang rendah menunjukkan risiko likuiditas yang tinggi, sedangkan *current ratio* yang tinggi menunjukkan adanya kelebihan aset lancar yang memiliki pengaruh tidak baik terhadap kinerja perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tanggung jawab sosial perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena yaitu kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan variabel tanggung jawab sosial perusahaan tidak dapat diukur secara langsung. Dalam Portal Kementerian BUMN menjelaskan ada 3 alasan orang pembeli saham yaitu memperoleh *capital gain* atau peningkatan harga saham, menerima pembayara dividen, dan mendapatkan hak suara dan ikut mempengaruhi jalannya perusahaan.

leverage berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat hutang suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat. Hutang yang semakin tinggi digunakan perusahaan untuk membeli aset tetap yang meningkatkan kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan operasional tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan dan menyebabkan harga saham perusahaan meningkat sehingga nilai perusahaan akan meningkat baik di mata calon kreditur maupun di pasar.

Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2020. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 45 sampel yang diperoleh dari 15 perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 – 2020 dan seluruh sampel penelitian diperoleh dengan kriteria – kriteria yang telah ditentukan. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan data yang diolah menggunakan Microsoft Excel dan *Software Eviews 12*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan juga tidak terlepas dari adanya keterbatasan. Keterbatasan dalam ini adalah pengambilan sampel yang dibatasi selama 3 tahun penelitian yaitu dari tahun 2018 – 2020. Sehingga tidak dapat memberikan gambaran

yang lengkap tentang keadaan yang sebenarnya dan sampel di perusahaan makanan dan minuman juga terbatas sehingga tidak dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang pertumbuhan nilai perusahaan. Dengan membatasi variabel independen dalam penelitian ini, hanya menggunakan 4 variabel yang berupa kinerja keuangan, likuiditas, tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* sehingga informasi terkait nilai perusahaan dalam penelitian ini kurang luas.

Berdasarkan keterbatasan tersebut maka terdapat juga beberapa saran untuk perkembangan bagi penelitian selanjutnya yaitu diharapkan dapat memperbanyak sampel untuk memberikan gambaran yang secara menyeluruh mengenai pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan lebih memperbanyak sektor, menambah tahun penelitian, dan menambah variabel lain yang dapat membuktikan adanya peningkatan nilai perusahaan.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Anggrahini, D. P., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Growth Opportunity terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(3), 1-16.
- Apriyanti, N. W., & Budiasih, I. A. (2016). Profitabilitas dan corporate sosial responsibility pada perusahaan High dan Low Profile. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 997-1004.
- Awulle, I. D., Murni, S., Rondonuwu, C. N., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 1908-1917.
- Bergh, D. D., Connely, B. L., Ketchen, D. J., & Shannon, L. M. (2014). Signalling theory and equilibrium in strategic management research: An Assessment and a research agenda. *Journal of Management Studies*.
- Franita, R. (2016). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mediasi*, 5(2), 72-89.
- Funawati., & Restu. (2017). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(11), 1-21.
- Hery. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Grasindo.
- Khumairoh, N., Kalbuana., & Mulyati, H. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*.
- Nur, A., & Idham, C. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2017. *Jurnal BSR (Borneo Student Research)*, 1(3), 1287-1293.
- Pertiwi, T. K. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 118-127.
- Putra, A. G. T. D., & Wirakusuma, M. G. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas*, 19(3), 1719-1746.

- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal (Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen)* 1(1): 84-103.
- Sirait, P. (2017). Analisis Laporan keuangan. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Solihin, I. (2012) Manajemen Strategik. Jakarta: Erlangga.
- Stiyarini., & Santoso, B. H. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2), 1-21.
- Timbuleng, F., Nangoy, S., & Saerang, I. S. (2015). The Effect of Factor Liquidity, Leverage, NPM, and ROI on Corporate Value (Study on Consumer Goods Companies Listed on Stock Indonesia Period 2010 – 2013). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 546-557.
- Yovin, D., Suryantini, S., & Putu, N. (2012). Faktor – faktor yang berpengaruh terhadap struktur modal pada Perusahaan Foods & Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen*, 1(2), 176-190.
- www.kemenperin.go.id