

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Agensi

Teori Agensi adalah suatu konsep dalam ekonomi dan manajemen yang menjelaskan hubungan antara prinsipal, yaitu pihak yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi atau perusahaan, seperti pemegang saham, dengan agen, yaitu pihak yang diberi wewenang untuk mengambil keputusan dan bertindak atas nama prinsipal, seperti manajer atau eksekutif perusahaan (Nurshafitri & Luhur, 2024).

Dalam konteks hubungan antara prinsipal dan agen, sering kali muncul permasalahan yang dikenal sebagai masalah agensi. Masalah ini terjadi ketika agen, yang bertugas mewakili kepentingan prinsipal, tidak selalu bertindak sesuai dengan tujuan terbaik yang diharapkan oleh prinsipal. Sebaliknya, agen cenderung mengambil keputusan yang lebih menguntungkan dirinya sendiri, baik dalam bentuk peningkatan kompensasi, pengurangan beban kerja, maupun keputusan strategis yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kepentingan perusahaan. Fenomena ini dijelaskan oleh Rinsman dan Prasetyo (2020) sebagai salah satu tantangan utama dalam hubungan keagenan yang dapat memengaruhi kinerja dan stabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Akibat dari adanya masalah agensi tersebut, timbul apa yang disebut sebagai biaya agensi, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk memastikan bahwa tindakan agen tetap berada dalam koridor yang diinginkan. Biaya ini mencakup berbagai aspek, seperti biaya audit untuk memastikan transparansi laporan keuangan, pemberian insentif berbasis kinerja yang mendorong agen agar lebih berorientasi pada pencapaian tujuan perusahaan, hingga penerapan mekanisme tata kelola perusahaan yang lebih ketat. Yoewono (2023) menjelaskan bahwa tanpa adanya upaya pengendalian melalui biaya agensi ini, potensi kerugian yang dialami oleh perusahaan bisa menjadi lebih besar karena keputusan yang diambil agen tidak selalu mencerminkan kepentingan jangka panjang perusahaan.

Lebih lanjut, efektivitas dari pengendalian biaya agensi sangat bergantung pada kualitas tata kelola perusahaan yang diterapkan. Penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance* (GCG) menjadi salah satu solusi yang kerap diandalkan untuk meminimalkan konflik kepentingan. Dengan adanya mekanisme tata kelola yang baik, seperti pemisahan peran antara dewan direksi dan dewan komisaris, transparansi dalam pelaporan keuangan, serta kebijakan remunerasi yang adil, diharapkan agen akan lebih bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya. Selain itu, pengawasan yang konsisten dan insentif yang proporsional juga dapat mendorong agen untuk bertindak selaras dengan tujuan utama perusahaan, sehingga pada akhirnya mampu menciptakan nilai tambah yang berkesinambungan bagi para pemangku kepentingan.

Untuk mengurangi masalah agensi, terdapat beberapa solusi yang dapat diterapkan, seperti memberikan kontrak insentif yang berbasis kinerja agar agen memiliki dorongan untuk bertindak sesuai dengan tujuan prinsipal, meningkatkan pengawasan melalui dewan direksi atau komite audit, memberikan kepemilikan saham kepada manajemen agar mereka memiliki kepentingan finansial dalam keberhasilan perusahaan, serta membiarkan mekanisme pasar bekerja melalui pasar untuk pengendalian perusahaan, di mana perusahaan yang tidak efisien dapat diakuisisi oleh pihak lain yang lebih kompeten (Roswaty, 2023). Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan hubungan antara prinsipal dan agen dapat berjalan lebih efektif dan harmonis, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan bisnisnya dengan lebih optimal.

2.2 Komisaris Independen

Komisaris Independen merupakan anggota dewan komisaris yang memiliki peran penting dalam menjaga independensi dan objektivitas pengawasan terhadap jalannya perusahaan (Damayanty *et al.*, 2022). Mereka tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham utama, direksi, maupun anggota dewan komisaris lainnya, sehingga dapat menjalankan fungsi pengawasan secara netral dan tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu (Pratama & Rizky, 2024).

Keberadaan Komisaris Independen dalam struktur perusahaan memiliki peran krusial dalam memastikan penerapan tata kelola perusahaan yang baik atau *good corporate governance* (GCG). Prinsip-prinsip GCG mencakup transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, serta keadilan dalam pengelolaan perusahaan (Zulfa *et al.*, 2022). Melalui prinsip-prinsip ini, perusahaan diharapkan mampu menciptakan kepercayaan di kalangan pemangku kepentingan dan meminimalkan potensi konflik kepentingan yang dapat merugikan perusahaan. Komisaris Independen, yang tidak memiliki keterkaitan finansial maupun personal dengan manajemen, bertugas memastikan bahwa prinsip-prinsip tersebut diterapkan secara konsisten dalam setiap aspek operasional perusahaan.

Sebagai bagian dari mekanisme pengawasan, Komisaris Independen memiliki tugas utama dalam memantau kebijakan manajemen dan memastikan bahwa keputusan yang diambil oleh direksi sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam peran ini, mereka tidak hanya bertindak sebagai pengawas pasif, tetapi juga memberikan masukan strategis guna meningkatkan kinerja dan keberlanjutan perusahaan. Selain itu, posisi yang bebas dari konflik kepentingan memungkinkan Komisaris Independen untuk bertindak secara objektif dalam menilai kinerja manajemen serta mengidentifikasi potensi risiko yang dapat memengaruhi kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya (Wibowo & Setiany, 2023).

Lebih lanjut, kehadiran Komisaris Independen berkontribusi pada penciptaan keseimbangan kekuasaan di dalam perusahaan. Dengan kemampuan untuk mengevaluasi kebijakan secara kritis dan independen, mereka memastikan bahwa kepentingan seluruh pemangku kepentingan termasuk pemegang saham minoritas, karyawan, dan masyarakat tetap terakomodasi. Selain itu, peran mereka dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas membantu membangun kepercayaan pasar terhadap perusahaan. Dengan demikian, Komisaris Independen tidak hanya bertindak sebagai penyeimbang kekuasaan, tetapi juga sebagai penjaga integritas perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang yang berkelanjutan.

Komisaris independen diukur menggunakan rumus sebagai berikut ini

(Sahida *et al.*, 2021) :

$$\text{PDKI} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Jumlah Komisaris}}$$

Di mana:

- a. PDKI = Proporsi Dewan Komisaris Independen
- b. Jumlah Komisaris Independen = Anggota dewan komisaris yang bersifat independen (tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham utama atau direksi)
- c. Total Jumlah Komisaris = Keseluruhan anggota dewan komisaris dalam perusahaan

Selain itu, mereka juga bertanggung jawab dalam membangun mekanisme pengawasan yang efektif untuk mencegah terjadinya praktik-praktik yang merugikan perusahaan, seperti penyalahgunaan wewenang, kecurangan, atau tindakan yang dapat merugikan nilai perusahaan di masa depan (Auliani *et al.*, 2024). Dengan demikian, Komisaris Independen memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan perusahaan yang sehat, transparan, dan berkelanjutan.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dalam periode tertentu (Islamiarum & Kurnia, 2023). Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola aset, ekuitas, dan sumber daya lainnya untuk memperoleh keuntungan (Ermawati *et al.*, 2023). Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin baik kinerja keuangan perusahaan, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengonversi pendapatan menjadi laba secara efektif (Safitri & Amin, 2024).

Dalam analisis keuangan, profitabilitas diukur menggunakan berbagai rasio keuangan, seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM), dan *Operating Profit Margin* (OPM). ROA mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari asetnya,

sedangkan ROE menilai sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari ekuitas yang dimiliki oleh para pemegang saham (Mulyani *et al.*, 2024). *Net Profit Margin* menunjukkan persentase laba bersih terhadap total pendapatan, sementara *Gross Profit Margin* mengukur efisiensi dalam mengelola biaya produksi (Aladawiya *et al.*, 2023). *Operating Profit Margin*, di sisi lain, menilai seberapa besar keuntungan operasional yang diperoleh dari total pendapatan sebelum memperhitungkan pajak dan beban bunga (Ayu *et al.*, 2024).

Pada penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus ROA sebagai berikut ini (Dwim & Herman Ruslim, 2024) :

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

Di mana:

- a. ROA = *Return on Assets* (dalam persen)
- b. Laba Bersih = Keuntungan setelah pajak yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode
- c. Total Aset = Seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam periode yang sama

Profitabilitas merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kesehatan finansial dan daya saing suatu perusahaan di pasar. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang konsisten mencerminkan efektivitas pengelolaan sumber daya, efisiensi operasional, serta kekuatan dalam menghadapi persaingan bisnis. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban finansialnya, mempertahankan operasional yang stabil, serta menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Hal ini menjadikan profitabilitas sebagai aspek krusial yang sering dijadikan acuan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan (Dewi Aprianti *et al.*, 2022).

Bagi investor, profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal positif yang mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Perusahaan yang mampu mencetak laba besar memiliki fleksibilitas lebih dalam mengambil

keputusan strategis, seperti membayar dividen kepada pemegang saham atau menginvestasikan kembali keuntungan untuk ekspansi bisnis. Dengan demikian, profitabilitas tidak hanya memberikan indikasi tentang kesehatan keuangan saat ini tetapi juga memperkuat ekspektasi terhadap pertumbuhan dan stabilitas jangka panjang. Investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi karena risiko investasi yang lebih rendah dan peluang pengembalian yang lebih tinggi.

Selain menarik minat investor, profitabilitas juga memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis perusahaan. Dengan keuntungan yang memadai, perusahaan memiliki kapasitas untuk melakukan inovasi, meningkatkan kualitas produk atau layanan, serta memperluas pangsa pasar. Lebih jauh lagi, perusahaan yang profitabel cenderung lebih mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil karena memiliki cadangan keuangan yang cukup untuk menghadapi tantangan pasar. Oleh karena itu, mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas menjadi prioritas strategis dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan selalu berusaha meningkatkan profitabilitas dengan mengoptimalkan strategi operasional, efisiensi biaya, serta inovasi produk dan layanan (Nurhalisah & Trisnaningsih, 2024).

2.4 Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan atau individu untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki tanpa mengalami kesulitan keuangan yang signifikan (Hadi *et al.*, 2022). Dalam konteks perusahaan, likuiditas mencerminkan seberapa cepat dan mudah suatu aset dapat dikonversi menjadi kas tanpa kehilangan nilai yang besar, yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan operasional dan menghindari risiko kebangkrutan (Permana *et al.*, 2024).

Likuiditas merupakan salah satu aspek penting dalam menilai stabilitas keuangan perusahaan, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Untuk mengukur tingkat likuiditas,

terdapat beberapa rasio keuangan yang umum digunakan, seperti *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*. *Current Ratio* membandingkan total aset lancar dengan total kewajiban lancar, memberikan gambaran umum tentang kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendek. Sementara itu, *Quick Ratio* bersifat lebih ketat karena hanya mempertimbangkan aset yang benar-benar likuid, seperti kas dan piutang, sehingga lebih akurat dalam menunjukkan likuiditas sebenarnya. Adapun *Cash Ratio* menjadi ukuran paling konservatif dengan hanya memperhitungkan kas dan setara kas dalam perhitungan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek (Ariani & Diandra, 2024).

Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki cukup aset lancar untuk menutupi utang jangka pendek, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur. Investor cenderung lebih menyukai perusahaan dengan likuiditas yang kuat karena hal ini mencerminkan manajemen keuangan yang sehat dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Demikian pula, kreditur akan merasa lebih yakin untuk memberikan pinjaman atau memperpanjang kredit kepada perusahaan dengan likuiditas yang tinggi, karena risiko gagal bayar yang lebih rendah (Laksana & Handayani, 2022).

Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menimbulkan kekhawatiran karena menunjukkan bahwa perusahaan mungkin tidak mengelola asetnya secara efisien. Terlalu banyak aset lancar yang tidak dimanfaatkan dalam investasi atau ekspansi bisnis dapat menyebabkan potensi keuntungan yang hilang. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara likuiditas dan profitabilitas. Dengan mengelola likuiditas secara optimal, perusahaan dapat memastikan stabilitas keuangan jangka pendek tanpa mengorbankan pertumbuhan jangka panjang.

Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan tidak memanfaatkan asetnya secara efisien untuk investasi atau ekspansi yang dapat meningkatkan profitabilitas (Handayani *et al.*, 2022). Sebaliknya, likuiditas yang terlalu rendah dapat mengindikasikan bahwa

perusahaan berisiko mengalami kesulitan keuangan atau gagal memenuhi kewajibannya tepat waktu (Syabina *et al.*, 2023). Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga keseimbangan antara likuiditas dan profitabilitas agar dapat tetap bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Pada penelitian ini likuiditas diukur dengan menggunakan rumus *Current Ratio* sebagai berikut ini (Adhitya, 2023):

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Liabilitas Lancar}}$$

Di mana:

- a. Aset Lancar (*Current Assets*) mencakup kas, piutang usaha, persediaan, dan aset lain yang dapat dikonversi menjadi kas dalam waktu satu tahun.
- b. Liabilitas Lancar (*Current Liabilities*) mencakup utang jangka pendek, utang dagang, dan kewajiban lain yang harus dibayar dalam waktu satu tahun.

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari persepsi pasar terhadap keseluruhan nilai ekonomi suatu perusahaan, yang mencakup prospek keuntungan, kinerja keuangan, serta tingkat risiko bisnis di masa depan (Natalia & Sihono, 2024). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan mempertahankan pertumbuhan jangka panjang. Nilai perusahaan tidak hanya merepresentasikan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga ekspektasi investor terhadap stabilitas dan kinerja perusahaan di masa depan.

Salah satu indikator utama yang sering digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah harga saham di pasar modal. Harga saham mencerminkan bagaimana pasar menilai profitabilitas, kebijakan dividen, dan manajemen risiko perusahaan. Investor cenderung menaruh minat pada perusahaan dengan potensi profitabilitas yang tinggi, kebijakan dividen yang konsisten, dan kondisi keuangan yang stabil. Perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja yang kuat dan stabilitas dalam berbagai kondisi pasar akan lebih menarik bagi investor, sehingga mendorong peningkatan harga saham dan, pada akhirnya, nilai perusahaan itu

sendiri (Dachlan *et al.*, 2024).

Selain itu, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor non-keuangan, seperti tata kelola perusahaan, reputasi, dan inovasi. Perusahaan dengan tata kelola yang baik dan reputasi yang positif di mata publik cenderung lebih dihargai oleh pasar. Inovasi dalam produk atau layanan juga dapat meningkatkan daya saing dan memberikan nilai tambah yang diakui oleh investor. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan memerlukan pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada kinerja keuangan, tetapi juga pada faktor-faktor strategis yang memengaruhi persepsi pasar secara keseluruhan.

Untuk mengukur nilai perusahaan, beberapa indikator umum digunakan, seperti *Price to Book Value (PBV)*, *Price to Earnings Ratio (PER)*, *Tobin's Q*, dan *Market Capitalization*. PBV mengukur nilai pasar suatu perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya, sedangkan PER membandingkan harga saham dengan laba per sahamnya, menunjukkan ekspektasi investor terhadap pertumbuhan laba di masa depan (Handayani & Pratama, 2024). Tobin's Q membandingkan nilai pasar aset perusahaan dengan nilai penggantian, di mana nilai lebih dari 1 menunjukkan bahwa perusahaan dihargai lebih tinggi dari nilai asetnya (Utomo & Ariska, 2021). Sementara itu, kapitalisasi pasar (*Market Capitalization*) dihitung dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga saham saat ini, yang mencerminkan nilai total perusahaan di pasar modal (Aziza *et al.*, 2022).

Price Book Value (PBV) merupakan rasio perbandingan harga saham dan nilai buku (book value) suatu perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Semakin rendah Price Book Value (PBV) berarti semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai bukunya, sebaliknya semakin tinggi PBV maka semakin tinggi harga saham. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dapat dinilai dari harga saham perusahaan, tingginya harga saham menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi (Musfitria & Budiana, 2024).

Pada penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus PBV sebagai berikut

ini (Ardianto, 2023) :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Di mana:

- a. $PBV = Price\ to\ Book\ Value$
- b. Harga Saham = Harga saham perusahaan di pasar
- c. Nilai Buku per Saham = Total ekuitas dibagi dengan jumlah saham yang beredar

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan utama manajemen, karena nilai yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik serta kemampuan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri yang ketat. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berhasil mencetak keuntungan, tetapi juga memiliki prospek pertumbuhan yang positif dan manajemen risiko yang efektif. Hal ini penting karena investor dan pemangku kepentingan lainnya cenderung menilai perusahaan berdasarkan seberapa besar potensi keuntungan di masa depan dan seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya (Khairani, 2019).

Selain mencerminkan kinerja yang baik, peningkatan nilai perusahaan juga berperan dalam menarik lebih banyak investor. Investor cenderung mencari perusahaan yang memiliki fundamental keuangan yang kuat dan prospek jangka panjang yang menjanjikan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula minat investor untuk menanamkan modal, yang pada akhirnya memberikan tambahan sumber daya bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi bisnis, inovasi, atau peningkatan efisiensi operasional. Dengan dukungan keuangan yang kuat, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam mengambil keputusan strategis untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan.

Di samping itu, nilai perusahaan yang tinggi juga memperkuat daya saing di industri. Perusahaan dengan nilai yang besar biasanya memiliki citra positif di mata

publik, kepercayaan dari kreditur, serta daya tawar yang lebih kuat terhadap mitra bisnis. Dalam industri yang kompetitif, nilai perusahaan menjadi tolok ukur penting yang mencerminkan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, manajemen terus berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui berbagai strategi, seperti inovasi produk, efisiensi biaya, perbaikan tata kelola, serta peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Dengan pendekatan yang holistik, perusahaan dapat memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat maksimal bagi seluruh pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha meningkatkan nilai mereka melalui strategi ekspansi bisnis, inovasi produk, efisiensi operasional, serta penerapan tata kelola yang baik untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis (Gomes & Simatupang, 2024).

2.6 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penelitian yang relevan yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
Maura Aziza, Zuhrotul Isnaini, Lukman Effendy (2022)	Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, dan Komisaris Independen terhadap Kualitas Laba.	Likuiditas (CR), leverage (DER), profitabilitas (ROA), dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap kualitas laba.
Cathryn Nabiila Ardianto (2023)	Nilai Perusahaan: Pengaruh Profitabilitas dan Good Corporate Governance.	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan dewan direksi dan komisaris independen berpengaruh positif.

Katrina Valensia, Siti Khairani (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Financial Distress, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Tax Avoidance.	Profitabilitas, financial distress, komisaris independen, dan tax avoidance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi komite audit tidak berpengaruh.
Agata Sarce Gomes, Frido Saritua Simatupang (2024)	Pengaruh GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening.	Komisaris independen dan CSR berpengaruh positif terhadap EPS, tetapi hanya komisaris independen yang berpengaruh negatif terhadap PBV.
Nanda Bakti Laksana, Asih Handayani (2022)	Pengaruh Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Moderasi.	Komisaris independen dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi komite audit tidak berpengaruh. Kualitas audit hanya memoderasi kepemilikan manajerial.
In Ariska, Mohamad Nur Utomo (2021)	Efek Mekanisme Good Corporate Governance dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.	Kepemilikan institusional dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Komisaris independen berpengaruh negatif dan tidak signifikan, likuiditas tidak signifikan.
Nova Lailya Firdausy, Suwardi Bambang Hermanto (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, dan Dewan Komisaris Independen terhadap	ROE berpengaruh terhadap PBV, tetapi kepemilikan manajerial dan komisaris independen tidak berpengaruh.

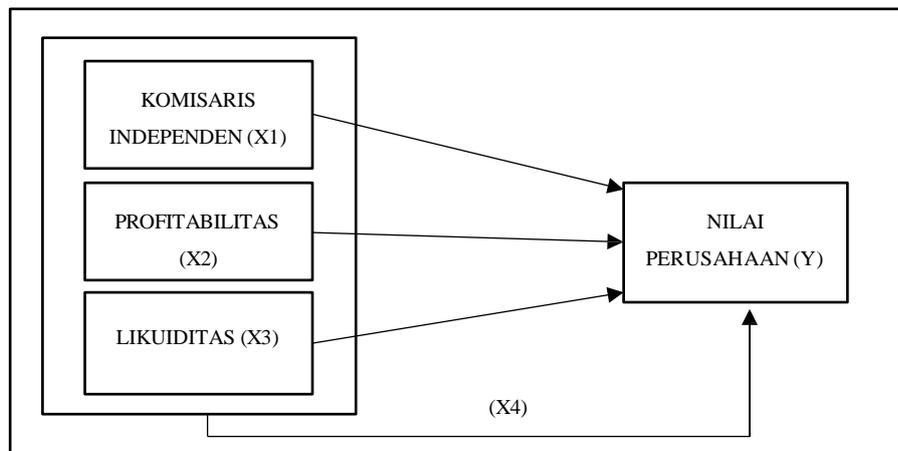
	Nilai Perusahaan.	
Yovita Ariani, Prita Karina Diandra (2024)	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Tata Kelola terhadap Nilai Perusahaan.	Likuiditas (CR), profitabilitas (ROA), dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Nawang Mei Islamiarum, Kurnia (2023)	Pengaruh Good Corporate Governance, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.	Komisaris independen dan likuiditas (CR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh.
Dhelia Nurshafitri, Martini (2024)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur modal, profitabilitas, dan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Peneliti (2025)

2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun desain kerangka konseptual penelitian ini penulis sajikan seperti dibawah ini, dimana dalam kerangka konseptual tersebut terlihat jelas bahwa penulis ingin melakukan penelitian untuk melihat pengaruh baik secara simultan maupun parsial antara variabel bebas yaitu komisaris independen, profitabilitas, dan likuiditas dengan memproyeksikan rumus yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian serta variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Dibawah ini

adalah gambar kerangka konseptual yang digunakan oleh penulis :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti (2025)

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan merupakan dugaan sementara oleh penulis yang perlu dibuktikan kebenaran dalam teori tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

H3 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

H4 : Komisaris independen, profitabilitas dan likuiditas secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

A. Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Komisaris independen bertugas untuk mengawasi manajemen agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Dalam konteks Teori Agency,

keberadaan komisaris independen yang efektif akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, sehingga mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik modal (Islamiarum & Kurnia, 2023). Jika komisaris independen berfungsi dengan baik, maka mereka dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memastikan kebijakan manajemen yang lebih transparan dan akuntabel (Handayani & Pratama, 2024).

Studi terdahulu seperti Ardianto (2023) menemukan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Islamiarum dan Kurnia (2023) juga menunjukkan bahwa komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Ariska dan Utomo (2021) serta Firdausy dan Hermanto (2024) menemukan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Gomes dan Simatupang (2024) justru menemukan bahwa komisaris independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Karena adanya perbedaan hasil dalam penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diujikan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah variabel-variabel tertentu benar-benar berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: Komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

B. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dalam Teori Agency, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memberikan keuntungan lebih bagi pemegang saham, sehingga mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan investor (Sahida *et al.*, 2021). Semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi nilai perusahaan karena investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat laba yang tinggi (Ayu *et al.*, 2024).

Penelitian terdahulu seperti Valensia dan Khairani (2019) serta Nurshafitri dan Martini (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Ardianto (2023) menemukan bahwa profitabilitas justru

berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ariska dan Utomo (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ariani dan Diandra (2024) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

C. Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dalam Teori Agency, likuiditas yang tinggi dapat mengurangi risiko kebangkrutan dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap stabilitas keuangan perusahaan (Pratama & Rizky, 2024). Likuiditas yang cukup tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan stabilitas keuangan, tetapi jika terlalu tinggi dapat berdampak negatif karena menunjukkan inefisiensi dalam penggunaan aset (Gomes & Simatupang, 2024).

Penelitian terdahulu seperti Islamiarum dan Kurnia (2023) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Ariska dan Utomo (2021) serta Ariani dan Diandra (2024) menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Aziza, *et al.*, (2022) juga menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, yang bisa berimplikasi pada nilai perusahaan.

H3: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

D. Komisaris Independen, Profitabilitas, Dan Likuiditas Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Komisaris independen, profitabilitas, dan likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena ketiganya mencerminkan aspek penting dalam kinerja dan tata kelola perusahaan. Komisaris independen berperan dalam meningkatkan transparansi dan pengawasan, sehingga mengurangi risiko konflik kepentingan yang dapat merugikan investor. Sementara itu, profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, yang berkontribusi pada daya tarik investasi. Di sisi lain, likuiditas

yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap stabilitas keuangan perusahaan.

Ketiga faktor ini, jika dikelola dengan baik, dapat menciptakan persepsi positif di pasar dan meningkatkan nilai perusahaan. Komisaris independen yang efektif dapat memastikan bahwa profitabilitas dan likuiditas dikelola secara optimal, sehingga mendorong pertumbuhan nilai perusahaan. Berdasarkan hal ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Komisaris independen, profitabilitas, dan likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.