

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah perusahaan dalam suatu industri serta kondisi ekonomi saat ini telah mendorong percepatan pertumbuhan dunia usaha. Hal ini memicu persaingan yang semakin intens antar pelaku bisnis, di mana setiap perusahaan berupaya untuk unggul dan menjadi yang terdepan di bidangnya masing-masing.¹ Secara normatif, salah satu tujuan utama manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang telah *go public* umumnya berfokus pada peningkatan nilai perusahaan guna menarik minat investor. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, karena terdapat hubungan positif antara harga saham dan nilai perusahaan.²

Nilai perusahaan merupakan hasil dari pencapaian tertentu yang mencerminkan perkembangan perusahaan sejak didirikan hingga saat ini. Nilai ini mencerminkan harapan terhadap pendapatan di masa depan, menjadi acuan bagi pasar dalam mengevaluasi kinerja perusahaan secara menyeluruh, serta berfungsi sebagai indikator untuk menilai tingkat kualitas perusahaan di mata konsumen.³ Nilai perusahaan adalah jumlah yang bersedia dibayarkan oleh pihak pembeli atau investor jika perusahaan dijual. Nilai perusahaan

¹ Adelia Fani Rahma and Ikhsan Budi Riharjo, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.13, No. 10 (2024): h. 1.

² I Nyoman Agus Suwardika and I Ketut Mustanda, "Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No. 3 (2017): h. 1249.

³ Sari Mustika Widyastuti, Esti Tri Endrawati, and Shari, "*Siklus Hidup Perusahaan: Dampak Eko-Efisiensi, Inovasi Hijau, Dan Kinerja Keberlanjutan Terhadap Nilai Perusahaan*", (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2024), h. 7.

yang tinggi menunjukkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kondisi saat ini, tetapi juga prospek bisnis di masa mendatang, dan umumnya tercermin dalam harga saham perusahaan.⁴ Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Earning per Share* (EPS).⁵

Terdapat fenomena penurunan nilai perusahaan pada entitas yang bergerak di sektor *basic materials* yaitu PT. Barito Pacific (BRPT), dimana perusahaan ini melampirkan penurunan presentasi laba sampai dengan 79,41% di kuartal pertama periode 2022. Laba bersih BRPT pada akhir bulan maret periode 2022 terhitung sebesar Rp 134,17 miliar, turun drastis dibandingkan periode sebelumnya sebesar Rp 650,63 miliar. Pemerosotan laba terjadi walaupun pendapatan entitas bertumbuh 11,98% menjadi Rp 11,67 triliun dari yang semula berjumlah Rp 10,42 triliun pada akhir bulan maret periode lalu. Salah satu pengaruh kemerosotan laba ini yaitu melambungnya beban langsung dan beban pokok pendapatan entitas yang meningkat sebesar 83,83% dari akumulasi pendapatan pada periode 2022, dari yang awalnya sebesar 65,69% dari pendapatan periode sebelum-sebelumnya. Beban produksi yang melonjak signifikan merupakan imbas langsung yang ditanggung entitas akibat propaganda harga minyak serta Indeks gas dunia yang berlangsung selama kuartal pertama periode 2022. BRPT menyatakan bahwa “indeks industri petrokimia nasional masih dipengaruhi harga kumpulan minyak yang cukup tinggi serta atmosfer perang Ukraina dan

⁴ Chiendy Merlizcha and Triyonowati, “Pengaruh ROA, ROE Dan GPM Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Di BEI,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 13, no. 8 (2024): h. 4.

⁵ Indah Ayu Johanda Putri, Budiyanto, and Triyonowati, *Faktor Penentu Nilai Perusahaan* (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023), h. 26.

Rusia”. Beban langsung dan beban pokok pendapatan yang melonjak tinggi dari tahun sebelumnya serta sentimen industri petrokimia yang masih dipengaruhi oleh perang Rusia-Ukraina membuat nilai perusahaan Barito Pacific ikut menurun pada kuartal-kuartal berikutnya.⁶

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor yang pertama yaitu profitabilitas.⁷ Profitabilitas artinya kemampuan perusahaan untuk membentuk laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan juga akan semakin baik dimata investor.⁸ Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan bersih, dan merupakan indikator kinerja manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan dengan efisien, tingkat laba yang tinggi akan meningkatkan harga saham perusahaan dan nilai perusahaan.⁹ Profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus *Return on Asset (ROA)*.¹⁰

Hubungan teori sinyal dengan profitabilitas yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai

⁶ Louis Albertoaran Muren and Hisar Pangaribuan, “Pengaruh Reputasi Auditor Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Basic Materialas Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2021,” *Bongaya of Research in Accounting*, Vol. 6, No. 2 (2023): h. 2.

⁷ Indah Ayu Johanda Putri, Op.Cit., h. 31.

⁸ Andini Putri Alida and Sulastiningsih, “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 1 (2024): 60.

⁹ Arjun Rohmatulloh, “Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Melalui Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11, no. 3 (2023): h. 755.

¹⁰ Harmono, *Manajemen Keuangan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), h 110.

tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh oleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui prospek kedepannya mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya. Semakin tinggi profitabilitas yang didapat, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan, karena laba yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik dan akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.¹¹

Penelitian terdahulu terkait profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Agung, dkk., ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.¹² Sedangkan pada penelitian Ferdila, dkk., ditemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.¹³

Faktor kedua yaitu Likuiditas.¹⁴ Likuiditas berhubungan dengan masalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang harus segera dipenuhi. Karena semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancarnya, maka artinya semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban hutang lancarnya. Lancar tidaknya suatu

¹¹ Ni Made Apriantini, Ni Luh Putu Widyastuti, and Ni Luh Gde Novitasari, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Kharisma*, Vol. 4, No. 2 (2022): h 193.

¹² I Gusti Ngurah Agung Dharmaputra, NI Wayan Rustiarini, dan Ni Putu Shinta Dewi, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," Vol. 2, No. 1, *Jurnal Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2022, h. 2145

¹³ Ferdilla, Ita Mustika, dan Sri Martina, "Pengaruh *Firm Size*, Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, Vol. 7., No. 4, (2023), h. 3282.

¹⁴ Indah Ayu Johanda Putri, Op.Cit., h. 31.

perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya dapat mempengaruhi minat investor untuk menginvestasikan danannya.¹⁵ Pengukuran rasio likuiditas memakai metode *Current Ratio* (CR).¹⁶

Hubungan teori sinyal dengan likuiditas menyatakan bahwa likuiditas merupakan rasio yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Apabila rasio likuiditas meningkat, maka ini berarti bahwa perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio likuiditas, maka semakin baik reputasi perusahaan, dan akan membuat harga saham meningkat sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan saham.¹⁷

Pada penelitian terdahulu terkait likuiditas pada nilai perusahaan yang dilakukan oleh Candra dan Axel, ditemukan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.¹⁸ Sedangkan pada penelitian Dwi dan Yulazri, ditemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan¹⁹

¹⁵ Andita Novia Harvani, dan Dian Harkip Nurdiansyah, Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 5, No. 1, *Journal of Economic, Business, and Accounting*, 2021, h.498

¹⁶ Harmono, *Op.Cit.*, h. 108

¹⁷ Ni Made Apriantini, *Op.Cit.*, h. 193

¹⁸ Candra Kurnia Saputri, dan Axel Giovanni, Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 15, No. 1, *Journal of Management Studies* h. 105

¹⁹ Dwi Novita Kumalasari, dan Yulazri, Pengaruh Pengungkapan Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 6, No. 3, *Journal Economic, Accounting, Management and Business*, 2023. h. 476

Faktor ketiga yaitu *Leverage*.²⁰ *Leverage* adalah rasio yang di gunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Dalam arti luas, rasio *leverage* dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Nilai *leverage* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa jumlah hutang yang dimiliki perusahaan lebih besar dari modal, sehingga biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk memenuhi kewajiban akan semakin besar, dan berdampak pada penurunan nilai profitabilitas perusahaan.²¹ Pengukuran variabel *Leverage* dapat menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).²²

Hubungan antara teori sinyal dan leverage terletak pada kenyataannya bahwa tingginya leverage dapat menjadi indikator bahwa perusahaan lebih banyak mengandalkan pendanaan melalui utang dalam aktivitas investasinya. Kondisi ini menyebabkan jumlah utang perusahaan meningkat, yang pada akhirnya memengaruhi pendapatan yang dihasilkan. Beban utang yang tinggi akan menambah kewajiban perusahaan dalam membayar pokok pinjaman dan bunga. Jika sebagian besar laba digunakan untuk menutupi kewajiban tersebut, maka profitabilitas perusahaan menurun, yang dapat mengurangi

²⁰ Sari Mustika Widyastuti, *Op.Cit.*, h.55

²¹ Ristiani L. Suud, Ivonne S. Saerang, dan Magdalena Wullur, Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage Di Bursa Efek Indonesia, Vol. 8, No. 3, *Jurnal LPPM Bidang EksSosBudKum*, 2024, h. 373

²² Buono Aji Santoso, *Op.Cit.*, h. 1599

minat investor untuk membeli saham perusahaan. Akibatnya, hal ini dapat berdampak pada penurunan nilai perusahaan.²³

Penelitian terdahulu terkait *leverage* pada nilai perusahaan yang dilakukan oleh Ferdila, dkk., ditemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.²⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adelia & Ikhsan ditemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.²⁵

Faktor keempat yaitu Ukuran Perusahaan.²⁶ Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar pula akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, jadi perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih berani untuk mengeluarkan saham baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan ketimbang perusahaan kecil. Ukuran perusahaan diukur dengan mengambil logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aset perusahaan.²⁷

Hubungan teori sinyal dan ukuran perusahaan dapat dilihat dari bagaimana perusahaan memberikan informasi atau sinyal–sinyal kepada

²³ Ni Made Apriantini, *Op.Cit.*, h.193

²⁴ Ferdila, *Op.Cit.*, h. 3282

²⁵ Adelia Fani Rahma, dan Ikhsan Budi Riharjo, Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 13, No. 10, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2024, h. 7

²⁶ Indah Ayu Johanda Putri, *Op.Cit.*, h. 32

²⁷ Thomas Sumarsan Goh, *Monograf: Financial Distress*, (Sidoarjo, Indomedia Pustaka: 2023), h. 24

investor mengenai besar kecilnya perusahaan, besarnya ukuran perusahaan akan meningkatkan kemauan investor untuk menanamkan modal.²⁸ Ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal untuk menarik investor dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan penilaian skala besar kecilnya perusahaan yang ditentukan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut menjadi pertimbangan bagi calon investor untuk menanamkan dananya ke perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.²⁹

Penelitian terdahulu terkait ukuran perusahaan pada nilai perusahaan yang dilakukan oleh Imam & Khusnul ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.³⁰ Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Adelia ditemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.³¹

Faktor kelima yaitu *Green Innovation*.³² *Green innovation* merupakan proses, teknik, sistem, dan produk baru atau modifikasi untuk menghindari atau mengurangi kerusakan lingkungan. *Green innovation* sebagai *hardware*

²⁸ Dewi Kusuma Wardani, Wilhelmus Wagener Kaleka, Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi, Vol. 1, No. 10, *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, h. 2020

²⁹ Ni Made Apriyanti, Ni Luh Putu Widhiastuti, dan Ni Luh Gde Novitasari, Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 4, No.2, *Jurnal Kharisma*, 2022, h. 192

³⁰ Imam Hidayat, dan Khusnul Khotimah, Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Persahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia yang Terdaftar di BEI, Vol. 10, No. 1, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 2022, h. 6.

³¹ Adelia Fani Rahma, *Op.Cit.*, h. 17

³² Sari Mustika Widyastuti, *Op.Cit.*, h. 40

maupun *software* inovasi yang berhubungan dengan proses maupun produk hijau meliputi inovasi dalam teknologi, penghematan energi, perlindungan polusi, daur ulang, desain produk hijau atau manajemen lingkungan perusahaan.³³ Pengukuran *Green Innovation* menggunakan beberapa indikator dari bidang lingkungan.³⁴

Teori sinyal menjelaskan bahwa *green innovation* berfungsi sebagai sinyal kepada pasar bahwa perusahaan memiliki komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan. Dengan demikian, perusahaan mengurangi risiko lingkungan dan menunjukkan strategi bisnis yang berorientasi masa depan.³⁵ Dengan teori sinyal, melalui *green innovation* ini perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif bahwa mereka bertanggung jawab terhadap lingkungan dan berupaya menghasilkan desain produk hijau, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.³⁶

Penelitian terdahulu terkait bahwa *green innovation* yang dilakukan oleh Dading, dkk., ditemukan bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.³⁷ Sedangkan pada penelitian yang

³³ Susi Retna Cahyaningtyas, Zuhrotul Isniani, dan Rahmi Sri Ramadhani, *Green Corporate soocial Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan: *Green Innovation* sebagai Variabel Moderasi, Vol. 6, No. 2, *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2022, h. 92-93

³⁴ Dian Agustia, Tjiptohadi Sawarjuono, Wiwiek Dianawati, *The Mediating Effect of Enviromental Management Accounting on Green Innovation-Firm Value Relationship*, Vol. 9, No. 2, *International Journal of Energy Economics and Policy*, 2019, h. 302

³⁵ Kelvin Apriansyah, Ita Fionita, Edi Pranyoto, Pengaruh *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan pada Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2021-2023, *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2025, h. 598

³⁶ Vincensa Fanda, dan S. Patricia Febrina Damayanti, Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, *Eco-Efficiency* dan *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 13, No. 1, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 2024, h. 67

³⁷ Dadang Damas, Rovila El Maghviroh, dan Meidiyah Indreswari, Pengaruh *Eco-Efficiency*, *Green Innovation*, dan *Emission Carbon Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 8, No. 2, *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 2021, h. 102

dilakukan oleh Willy, dkk., ditemukan bahwa *Green innovation* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.³⁸

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menjadikan perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia sebagai objek penelitian karena berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) tahun 2020-2022, persentasi penyumbang investasi terbesar menurut sektornya yaitu berasal dari sektor industri logam dasar. Selain itu, sektor *basic materials* juga berhasil mencatat pertumbuhan yang positif, meskipun terjadi ketidakpastian dalam kondisi ekonomi dan politik global serta dampak pandemi Covid-19 secara global. Keberhasilan yang baik dalam ekspor dan investasi menjadikan sektor *basic materials* sebagai salah satu pencapaian investasi yang signifikan bagi Indonesia, serta Perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia telah memenuhi kriteria syariah yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga menjadi pilihan menarik bagi investor yang ingin berinvestasi sesuai prinsip syariah. Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian dan fenomena kasus mengenai nilai perusahaan, peneliti juga tertarik mengangkat kembali topik mengenai nilai perusahaan dengan variabel independent di atas sehingga penelitian ini diberi judul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur

³⁸ Willy Sri Yuliandhari, Rr. Sri Saraswati, Said Muhammad Rasid Safari, Vol. 7, No. 2, *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 2023, h. 1357

Basic Materials yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2021-2024.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, fokus dan tidak meluas, maka penulis hanya meneliti Profitabilitas (*Return on Assets/ROA*), Likuiditas (*Current Ratio/CR*), *Leverage (Debt to Equity Ratio/DER)*, Ukuran Perusahaan ($\ln$ total asset) dan *Green Innovation* sebagai independen dengan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (*Earning per Share/EPS*). Objek penelitian ini berfokus pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024?
2. Bagaimana pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024?
3. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024?

4. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024?
5. Bagaimana pengaruh *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024?
6. Bagaimana pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Green Innovation* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertulis di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.

4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.
6. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Green Innovation* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur *Basic Materials* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Manfaat secara praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan, referensi dan sarana membangun bagi pihak manajemen perusahaan dalam menjalankan operasional dalam memajukan perusahaan.

- b. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal dan mendapatkan keuntungan.

2. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai nilai perusahaan. Penelitian ini menyediakan informasi yang berkaitan dengan profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *green innovation* yang dapat digunakan untuk praktisi atau akademisi di bidang akuntansi dalam melakukan penelitian dimasa mendatang.

F. Mekanisme Penulisan

Untuk memudahkan penulisan skripsi dan tersusun secara sistematis, penulis membuat sistematika yang diurutkan berdasarkan bab-bab berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang penjelasan secara umum mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan diteliti, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini membahas teori-teori yang sesuai dengan judul penelitian dan dianggap relevan sebagai acuan dalam menjalankan penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi, metode pemilihan sampel, metode penelitian,

pengolahan data dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil dan pembahasan

Pada bab ini berisi uraian dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan dari temuan pada penelitian ini.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari penulis sebagai penutup penelitian.

