

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya yang mengambil topik mengenai pengaruh dari pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

##### 1. Penelitian Bhekti Fitri Prasetyorini ( 2013 )

Penelitian Prasetyorini mengambil topik tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *price earning ratio*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI selama periode 2008-2011. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi berganda. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal.

Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *price earning ratio*, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a) Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas.
- b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c) Metode penentuan sampel yang digunakan, yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a) Jenis sampel penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate* sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan industri dasar dan kimia.
- b) Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan pertumbuhan penjualan dan *growth opportunity*.
- c) Periode perusahaan yang digunakan untuk objek penelitian sekarang yaitu 2013 – 2017, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2008 – 2011.

## 2. Penelitian Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, Irvan Trang ( 2015 )

Penelitian Pantow et al., mengambil topik tentang analisa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *return on asset*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ45 periode 2009-2013. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi *return on asset* dan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Variabel yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Jenis sampel yang digunakan penelitian sekarang adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan yang tercatat pada indeks LQ45.

b) Periode perusahaan yang digunakan untuk objek penelitian sekarang yaitu 2013-2017 sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2009-2013.

c) Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan profitabilitas dan *growth opportunity*.

### 3. Penelitian Roosiana Ayu Indah Sari dan Maswar Patuh Priyadi ( 2016 )

Penelitian Sari dan Priyadi mengambil topik tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2015. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Variabel yang digunakan adalah profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity*.

b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Variabel dalam penelitian sekarang ditambahkan pertumbuhan penjualan.

b) Jenis sampel yang digunakan penelitian sekarang adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.

c) Periode perusahaan yang digunakan untuk objek penelitian sekarang yaitu 2013-2017 sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2011-2015.

#### **4. Penelitian Andri Mandalika (2016)**

Penelitian Mandalika mengambil topik tentang pengaruh struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan aktif selama periode 2011-2014. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Variabel yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan.

b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Sampel yang digunakan penelitian sekarang yaitu perusahaan *property* dan *real estate* 2013-2015, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan otomotif 2011-2014.

b) Variabel pada penelitian sekarang ditambahkan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*.

#### 5. Penelitian William Sucuahi dan Jay Mark Cambarihan(2016)

Penelitian Sucuahi dan Cambarihan mengambil topik tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan diversifikasi pada perusahaan di Filipina (*Influence of profitability To The Firm Value of Diversified Companies in the Philippines*). Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini adalah profitabilitas, umur perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

a) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

b) Variabel yang digunakan sama yaitu profitabilitas.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan yang terdiversifikasi di Bursa Efek Filipina, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **6. Penelitian Purwohandoko (2017)**

Penelitian Purwohandoko mengambil topik tentang pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai mediator. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap struktur modal, profitabilitas berpengaruh negatif yang signifikan terhadap struktur modal, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Variabel yang digunakan adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan.
- b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Periode perusahaan yang digunakan penelitian sekarang yaitu 2013-2015, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2011-2014.
- b) Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan pertanian, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate*.
- c) Penelitian terdahulu menggunakan variabel mediator.
- d) Penelitian sekarang menambahkan variabel pertumbuhan penjualan dan *growth opportunity*.

#### 7. Penelitian Novi Dian Ambar Sari dan Ahmad Sidiq (2013)

Penelitian Sari dan Sidiq mengambil topik tentang analisis *financial leverage*, *profitabilitas*, dan *earning per share* (EPS) terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan aktif selama periode 2009-2011. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *profitabilitas* dan *earning per share* (EPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Variabel yang digunakan adalah *profitabilitas*.
- b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Periode perusahaan yang digunakan penelitian sekarang yaitu 2013-2015, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2009-2011.
- b) Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate*.
- c) Variabel pada penelitian sekarang ditambahkan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*.

#### **8. Penelitian Tisna Amijaya, Irene Rini Demi Pangestuti, Wisnu Mawardi (2015)**

Penelitian Amijaya et al., mengambil topik tentang analisis pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, *sales growth*, dan ukuran perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan aktif selama periode 2012-2014. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan struktur modal, likuiditas, kebijakan dividen, dan *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Variabel yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *sales growth*.
- b) Populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



c) Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a) Periode perusahaan yang digunakan penelitian sekarang yaitu 2013-2015, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2012-2014.
- b) Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate*.
- c) Variabel pada penelitian sekarang ditambahkan *growth opportunity*.

#### 9. Penelitian Dyah Putri Pratiwi & Lailatul Amanah (2017)

Penelitian Pratiwi & Amanah mengambil topik tentang pengaruh *growth opportunity* profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan aktif selama periode 2012-2014. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- a. Variabel yang digunakan adalah *growth opportunity*, profitabilitas, ukuran perusahaan,
- b. Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu :

- c. Periode perusahaan yang digunakan penelitian sekarang yaitu 2013-2015, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan periode 2012-2014.
- d. Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan *property* dan *real estate*.
- e. Variabel pada penelitian sekarang ditambahkan pertumbuhan penjualan.



**Tabel 2.1**  
**MAPPING PENELITIAN**

NO	Peneliti	Tujuan	Sampel	Variabel Independen (Bebas)	Variabel Dependen (Terikat)	Hasil Akhir
1.	Bhukti Fitri Prasetyorini (2013)	Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , <i>price earning ratio</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	Seluruh perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011.	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , <i>price earning ratio</i> , dan profitabilitas.	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan, <i>price earning ratio</i>, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
2.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mawar Sharon R. Pantow</li> <li>2. Sri Murni</li> <li>3. Irvan Trang (2015)</li> </ol>	Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, <i>return on asset</i> , dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang tercatat di indeks LQ45	Seluruh perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ45	Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, <i>return on asset</i> , dan struktur modal.	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>3. <i>return on asset</i> dan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
3.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Roosiana Ayu Indah Sari</li> <li>2. Maswar Patuh Priyadi (2016)</li> </ol>	Untuk menguji pengaruh <i>leverage</i> , profitabilitas, <i>size</i> , dan <i>growth opportunity</i> terhadap nilai perusaha.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, <i>Size</i> , dan <i>Growth Opportunity</i> .	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Profitabilitas, <i>size</i>, dan <i>growth opportunity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

4.	Andri Mandalika (2016)	Untuk mengetahui pengaruh struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor otomotif.	Semua perusahaan sektor otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014	Struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>secara simultan struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan.</li> <li>Secara parsial struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
5.	<ol style="list-style-type: none"> <li>William Scuahi</li> <li>Jay Mark Cambarihan (2016)</li> </ol>	Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan diversifikasi pada perusahaan di Filipina ( <i>Influence of profitability To The Firm Value of Diversified Companies in the Philippines</i> ).	Semua perusahaan yang terdiversifikasi di Bursa Efek Filipina tahun 2014	Profitabilitas	Nilai perusahaan	Profitabilitas, umur perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6.	Purwohandoko (2017)	Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai mediator.	Semua perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014	Ukuran perusahaan, pertumbuhan, profitabilitas	Nilai perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap struktur modal</li> <li>profitabilitas berpengaruh negatif yang signifikan terhadap struktur modal</li> <li>ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan,</li> <li>profitabilitas berpengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
7.	1. Novi Dian Ambar Sari	Untuk menguji analisis <i>financial leverage</i> ,	Perusahaan manufaktur	<i>financial leverage</i> ,	nilai perusahaan	1. <i>financial leverage</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan

	2. Ahmad Sodik (2013)	<i>profitabilitas</i> , dan <i>earning per share</i> (EPS) terhadap nilai perusahaan	yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011	<i>profitabilitas</i> , dan <i>earning per share</i> (EPS)		2. Profitabilitas dan <i>earning per share</i> (EPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	1. Tisna Amijaya, 2. Irene Rini Demi Pangestuti, 3. Wisnu Mawardi (2015)	Untuk menguji analisis pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, <i>sales growth</i> , dan ukuran perusahaan.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014	struktur modal, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, <i>sales growth</i> , dan ukuran perusahaan.	Nilai perusahaan	1. struktur modal, likuiditas, kebijakan dividen, dan <i>sales growth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
9.	1. Dyah Putri Pratiwi 2. Lailatul Amanah (2017)	Untuk menguji pengaruh <i>growth opportunity</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014	<i>Growth opportunity</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan.	Nilai Perusahaan	1. <i>growth opportunity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori dasar yang digunakan dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teori adalah konsep-konsep dasar mengenai nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, serta teori yang dikemukakan oleh para ahli.

### 2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang mendorong diterbitkannya laporan keuangan kepada para pemegang saham. *Signalling theory* menekankan betapa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap para investor. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Teori sinyal digunakan dalam penelitian ini karena teori sinyal menekankan pada pemberian informasi mengenai keterangan, catatan, maupun gambaran perusahaan baik masa lalu maupun dimasa depan kepada investor. Apabila kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut.

Menurut Jogiyanto (2012: 392), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai sinyal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan dengan saham. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang mampu memberikan sinyal yang

positif kepada pihak di luar perusahaan yaitu dengan mempublikasikan laporan keuangan tahunan.

Laporan keuangan yang digunakan sebagai sinyal oleh perusahaan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor dan kreditor untuk membuat keputusan. Integritas informasi laporan keuangan yang mencerminkan nilai perusahaan merupakan sinyal positif yang dapat mempengaruhi opini investor dan kreditor atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. *Signalling theory* menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Opini investor dan kreditor terhadap laporan keuangan perusahaan akan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Laporan keuangan juga menampilkan peluang pertumbuhan, laba yang sehat dan aset yang dimiliki perusahaan. Peluang pertumbuhan positif yang dimiliki perusahaan memberikan sinyal positif bahwa perusahaan akan mampu memberikan return yang maksimal dalam hal investasi (Pratiwi & Amanah, 2017).

Dengan adanya teori ini dapat mencegah terjadinya asimetri informasi yang terjadi di suatu perusahaan. Asimetri informasi adalah ketidaksejajaran informasi yang di peroleh oleh kedua pihak (Pratiwi & Amanah, 2017). Di dalam suatu perusahaan yang memiliki informasi lebih banyak adalah manajer karena manajer berguna sebagai agen yang menjalankan perusahaan, sedangkan pemilik saham hanya mengetahui informasi perusahaan dari luar perusahaan karena pemegang saham hanya bertugas sebagai penyedia modal perusahaan, karna hal ini pemegang saham tidak bisa mengetahui bagaimana cara pandang manajemen terhadap perusahaan yang berguna

untuk pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi. Maka dari itu, perlu diterbitkannya laporan keuangan yang berguna memberikan informasi atau sinyal tentang keadaan dan prospek perusahaan kepada pemegang saham.

### 2.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu (Sartono, 2012: 487). Nilai perusahaan juga bisa diartikan sebagai nilai yang mencerminkan besarnya harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan yang dapat dicerminkan berdasarkan harga saham yang ada di perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, maka kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat. Dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan pada saat ini tetapi juga percaya pada prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan:

1. *Price Earning Ratio* (PER).

PER merupakan rasio yang mengukur bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, dan tercermin pada harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan (Sudana, 2015: 26). Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa investor mempunyai harapan yang baik terhadap perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang sehingga untuk pendapatan per saham tertentu, investor bersedia membayar dengan harga yang mahal. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:



$$PER = \frac{\text{Harga pasar per lembar Saham}}{\text{Laba per lembar saham}} \dots\dots\dots (1)$$

## 2. Price to Book Value (PBV)

*Price book to value* digunakan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan menciptakan nilai perusahaan melalui kinerja saham di pasar saham dengan nilai bukunya (Pratiwi & Amanah, 2017). Perusahaan yang memiliki rasio PBV diatas satu, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (*overvalue*) sedangkan perusahaan yang memiliki rasio PBV dibawah satu menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih kecil dari nilai bukunya (*undervalue*). Semakin besar rasio ini maka semakin memberikan kepercayaan kepada investor dimasa yang akan datang. Rumus yang digunakan untuk menghitung PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}} \dots\dots (2)$$

## 3. Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Adapaun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)} \dots\dots (3)$$

### Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

### 2.2.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan. Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang terus meningkat maka keuntungan perusahaan juga akan meningkat sehingga nilai perusahaan akan meningkat pula. Menurut Rudianto (2009: 56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga mencerminkan keberhasilan perusahaan pada periode dimasa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang.

Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan yang diterima oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi juga akan

dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi maka keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya keuntungan yang tinggi akan dapat memakmurkan kesejahteraan para pemegang saham.

Menurut Brigham dan Houston (2013: 39), perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman dalam memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Rumus pertumbuhan penjualan adalah membandingkan antara penjualan tahun bersangkutan setelah dikurang dengan penjualan tahun sebelumnya terhadap penjualan tahun sebelumnya. Hasil yang positif menunjukkan bahwa terjadi kenaikan penjualan dari tahun sebelumnya, begitu pula sebaliknya hasil yang negatif menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan dari tahun sebelumnya. Berikut adalah rumus untuk mengukur pertumbuhan penjualan :

$$\text{Growth of Sales} = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\% \quad \dots (4)$$

**Keterangan :**

$S_t$  = Penjualan pada tahun ke t

$S_{t-1}$  = Penjualan pada periode sebelumnya

#### 2.2.4 Profitabilitas

Tujuan akhir setiap perusahaan adalah untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011: 134). Perusahaan dengan keuntungan yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan

modalnya pada perusahaan, namun sebaliknya apabila perusahaan memiliki keuntungan yang rendah maka investor akan menarik kembali dananya dari perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan yang maksimal, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (Sudana, 2015: 25).

Menurut Kasmir (2014: 115), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:197), adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut Sudana (2015: 25–26), terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

### 1. *Return on Asset (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, atau sebaliknya. Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots (5)$$

### 2. *Return on Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu :

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}} \dots\dots (6)$$

### 3. *Profit Margin Ratio*

*Profit margin ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio

ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit margin ratio* dibedakan menjadi:

**a. Net Profit Margin (NPM)**

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{penjualan}} \dots\dots (7)$$

**b. Operating Profit Margin (OPM)**

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba.

$$OPM = \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Penjualan}} \dots\dots (8)$$

**c. Gross Profit Margin (GPM)**

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk emnghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi. Rumus yang digunakan yaitu:

$$GPM = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \dots\dots (9)$$

**4. Basic Earning Power**

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan.

Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Total Aset}} \dots \dots (10)$$

### 2.2.5 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2013: 313). Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pasar, sehingga lebih mampu menghadapi persaingan industri. Selain itu, perusahaan besar lebih memiliki banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan besar lebih memiliki akses-akses yang lebih baik terhadap sumber informasi eksternal.

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Perusahaan dengan skala besar akan lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai sumber. Perusahaan besar umumnya memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dan sudah dikenal oleh masyarakat selain itu akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh modal melalui investor. Ukuran perusahaan diukur dengan :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset}) \quad \dots \dots (11)$$

### 2.2.6 *Growth opportunity*

*Growth opportunity* atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari & Priyadi, 2016). *Growth opportunity* disebut juga kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi sering kali melakukan ekspansi bisnis, sehingga lebih banyak membutuhkan dana di masa mendatang untuk keperluan bisnisnya. Ekspansi bisnis yang dilakukan perusahaan akan menunjang laba yang akan diterima perusahaan dimasa yang akan datang. Peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal yang positif kepada investor, sehingga akan mempengaruhi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Sinyal positif yang ditangkap oleh investor akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth opportunity* dapat diukur dengan perubahan total aktiva, perubahan total aktiva dapat dihitung dengan menggunakan total aktiva periode sekarang dikurangi dengan total aktiva pada periode sebelumnya, dan dibagi dengan total aktiva periode sebelumnya.

$$\text{Growth Opportunity} = \frac{\text{Total Asset}^t - \text{Total Asset}^{t-1}}{\text{Total Asset}^{t-1}} \quad \dots \dots (12)$$

### 2.2.7 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditur maupun pihak lain untuk melihat prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.



Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus dimasa yang akan datang sehingga perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan *return* saham yang tinggi kepada investor. Dengan adanya hal tersebut, akan memberikan sinyal yang positif kepada investor dan harga saham perusahaan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham suatu perusahaan akan meningkatkan pula nilai suatu perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Amijaya et al., (2015) menghasilkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Limbang dan Chabachib (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **2.2.8 Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi diminati oleh para investor karena dianggap memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan besarnya pembayaran dividen yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Apabila terjadi kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal (Hermuningsih, 2013).

Menurut Sudana (2015:25) ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari: *Return On Equity* (ROE), *Retrun*

*On Asset* (ROA), *profit margin ratio*, dan *Gross Profit Margin* (GPM). Pada penelitian ini digunakan alat pengukuran profitabilitas *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan tingkat pengembalian modal pemilik perusahaan. Dalam rasio ROE semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sari & Sidiq (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Prasetyorini (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi memiliki nilai perusahaan tinggi pula karena harga saham perusahaan akan naik.

### **2.2.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggambarkan dari besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin besarnya ukuran suatu perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dan perusahaan yang besar juga lebih dikenal oleh masyarakat luas. Kestabilan perusahaan tersebut akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Investor cenderung memiliki ekspektasi yang tinggi dari perolehan dividen yang diterima dari perusahaan yang besar daripada perusahaan yang kecil. Dengan adanya hal tersebut akan menaikkan harga saham perusahaan di pasar modal. Peningkatan permintaan

saham menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai perusahaan yang lebih besar.

Perusahaan besar lebih memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan besar lebih mampu menghadapi persaingan ekonomi yang ketat. Selain itu, perusahaan besar lebih memiliki banyak sumberdaya yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

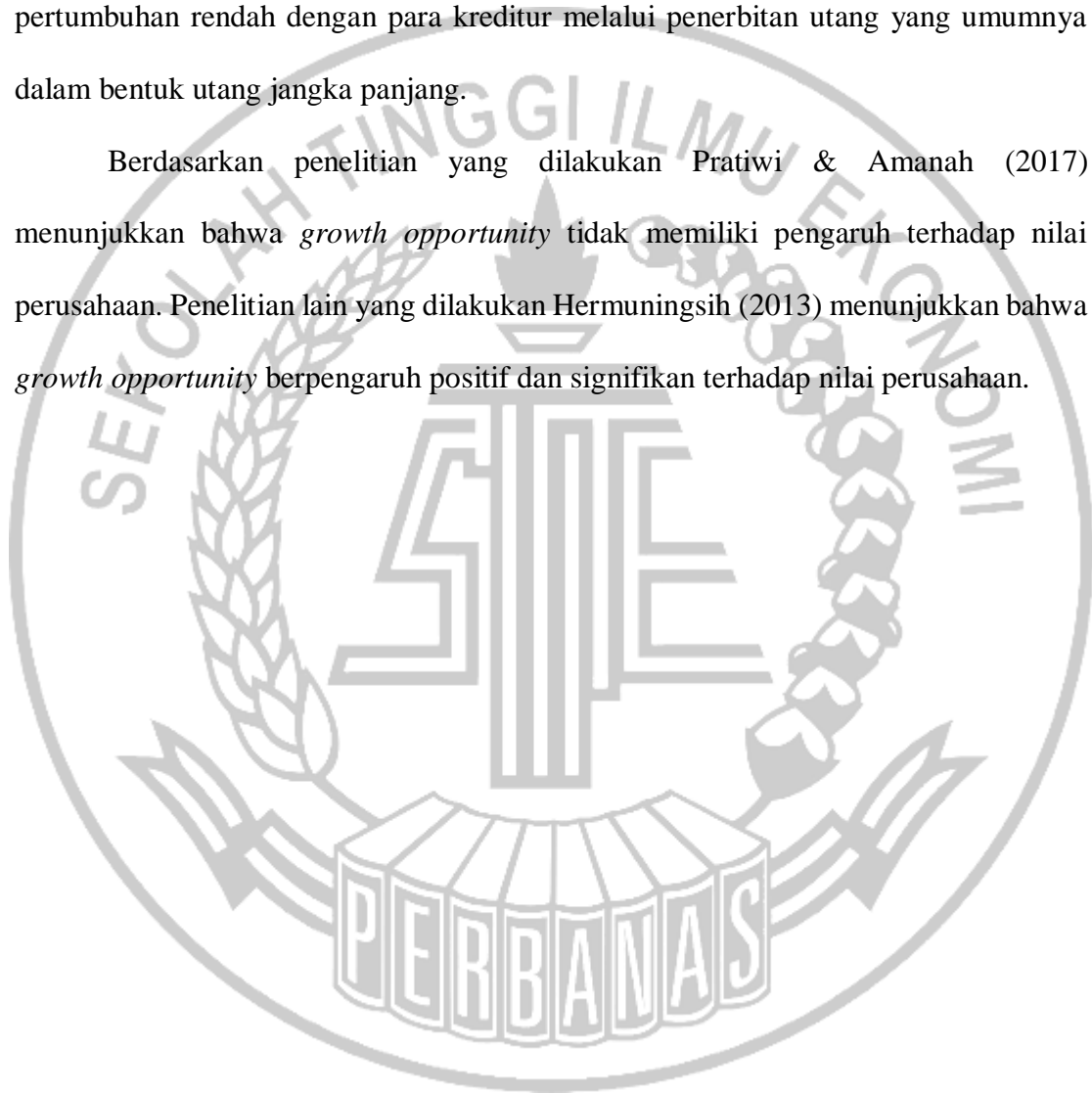
Berdasarkan penelitian Pantow et al. (2015) menemukan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, namun penelitian Sari & Priyadi (2016) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan mampu membuat investor mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan saham perusahaan tersebut karena percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut.

#### **2.2.10 Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan**

*Growth opportunity* atau kesempatan bertumbuh adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan yang baik merupakan harapan bagi pihak internal maupun pihak eksternal. Dengan adanya *growth opportunity* yang baik menandakan bahwa kondisi suatu perusahaan akan semakin berkembang dengan adanya investasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang setiap tahunnya memiliki perkembangan yang baik menandakan kualitas kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang sehat (Pratiwi & Amanah, 2017). Hal tersebut akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan

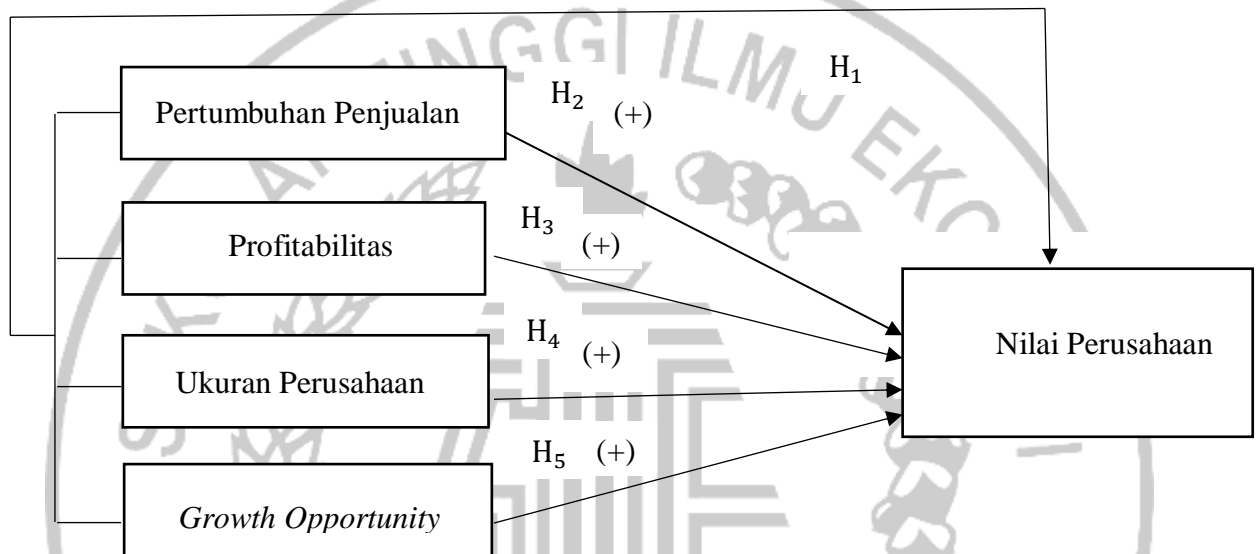
Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi dimasa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya, apabila perusahaan memperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang rendah, mereka akan berupaya membagi risiko pertumbuhan rendah dengan para kreditur melalui penerbitan utang yang umumnya dalam bentuk utang jangka panjang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pratiwi & Amanah (2017) menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Hermuningsih (2013) menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.



### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat dibuat kaitan antara pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan kajian empiris yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan
- H2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- H5 : *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

