#### **BAB II**

#### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu dengan topik yang sejenis. Berikut merupakan uraian beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan yang mendukung penelitian ini:

#### 1. Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2016)

Penelitian yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dari penelitian ini adalah data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F dengan *level of significance* 5%. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya dengan

penelitian ini juga diambil di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

#### Perbedaan:

Penelitian sebelumnya menggunakan *leverage* sebagai variabel independen serta menggunakan sampel industri yang bergerak pada industri barang konsumsi.

# 2. Sri Ayem dan Ragil Nugroho (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Ayem dan Ragil Nugroho dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen, dan keputusan investasi pada nilai perusahaan. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu perusahaan manufaktur yang mempunyai laporan keuangan periode 2010-2014. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan keputusan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Menggunakan variabel independen profitabilitas dan kebijakan dividen serta variabel dependen nilai perusahaan. Sampel yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### Perbedaan:

Pada penelitian sebelumnya selain menggunakan variabel independen profitabilitas dan kebijakan dividen, juga variabel independen struktur modal dan keputusan investasi.Periode sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah tahun 2010-2014 sedangkan periode sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 2012-2016.

# 3. Khumairoh dkk (2016)

Penelitian dengan judul Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Tekstil yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015) bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga didapatkan 17 perusahaan garmen dan tekstil. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel profitabilitas mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan.

#### Perbedaaan:

Penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya perusahaan garmen dan tekstil sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur.

# 4. Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi dan Ida Bgs. Anom Purbawangsa (2015)

Penelitian oleh Setiadewi dan Purbawangsa dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia sebanyak 10 perusahaan Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi non partisipan melalui laporan keuangan. Hasil analisis dengan teknik analisis jalur membuktikan profitabilitas sebagai variabel intervening tidak dapat memediasi ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh namun secara tidak signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *leverage*. Pada penelitian tersebut ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai

perusahaan, sedangkan *leverage* dan profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan terhadap nilai perusahaan.

#### Perbedaan:

Variabel independen yang digunakan selain ukuran perusahaan yaitu leverage dan variabel dependen yang digunakan selain nilai perusahaan yaitu profitabilitas.

# 5. Lidia Hariyanto dan Juniarti (2014)

Penelitian yang berjudul Pengaruh Family Control, Firm Risk, Firm Size, dan Firm Age Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Keuangan ini bertujuan untuk menguji pengaruh family control, firm risk, firm size, dan firm age terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel 66 perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2011. Hipotesiss pada penelitian ini diuji menggunakan regresi linier berganda. Pada penelitian ini, profitabilitas diukur dengan ROA dan nilai perusahaan diukur dengan Tobin'Q. Family control, firm risk tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan sedangkan firm size berpengaruh negatif terhadap profitabilitas dan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Firm age tidak berpengaruh terhadap profitabilitas namun berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Variabel independen yang digunakan sama yaitu ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan dan menggunakan sampel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### Perbedaan:

Pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen *family control*, *firm risk*, sedangkan pada penelitian ini tidak.Penelitian sebelumnya menggunakan periode sampel tahun 2009-2011 dan penelitian ini menggunakan periode sampel 2012-2016.

# 6. Hariati dan Rihaningtyas (2013)

Penelitian yang berjudul Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan ini bertujuan untuk menguji pengaruh corporate governance dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel 81 perusahaan sebagai sampel dari 447 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa mekanisme corporate governance diproksikan dengan dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dari kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Variabel yang digunakan sama yaitu kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dan menggunakan sampel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### Perbedaan:

Pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen tata kelola perusahaan sedangkan pada penelitian ini tidak. Penelitian sebelumnya menggunakan periode sampel tahun 2011-2013 dan penelitian ini menggunakan periode sampel 2012-2016.

# 7. J Wu et al (2011)

Penelitian dengan judul Environmental Disclosure, Firm Performance, and Firm Characteristics: An Analysis of S&P 100 firms yang dilakukan oleh J Wu *et al* (2011) bertujuan untuk meneliti hubungan antara pengungkapan lingkungan dengan kinerja perusahaan dan karakteristik perusahaan. Penelitian ini menggunakan 100 perusahaan yang berada di USA dengan periode penelitian 2004-2010. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan mempunyai dampak negatif yang signifikan pada nilai perusahaan.

#### Persamaan:

Sama-sama menguji hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

#### Perbedaan:

Penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan di USA tahun 2004-2008 dan penelitian ini menggunakan sampel perusahaan di Indonesia tahun 2012-2016.

# Berikut adalah ringkasan dari hasil penelitian terdahulu :

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu

No	Donaliti (Tahun)	Variabel	Variabel independen			
INO	Peneliti (Tahun)	Dependen	PROPER	ROA	SIZE	AGE
1.	Dewi Ernawati dan Dini	GL II	- :	P	P	PS
	Widyawati (2016)	3017	-MU			
	Sri Ayem dan Ragil	Alle	10	7		-
2.	Nugroho (2016)			PS		
	X 100			2	51	
3.	Khumairoh dkk (2016)		2	TS	S	-
4.	Kadek Ayu Yogamurti	Nilai	PS		TS	-
	Setiadewi dan Ida Bgs.	Perusahaan				
	Anom Purbawangsa (2015)		54	0		
5.	Lidia Hariyanto dan	7777		-///	PS	NS
	Juniarti (2014)					
6.	Hariati dan Rihatiningtyas		P	-	-	-
	(2013)					
7.	J Wu et al(2011)		NS	-	-	-
TZ 4		I .		·	1	L

Keterangan:

P = Positif

PS = Positif Signifikan

S = Signifikan

NS = Negatif Signifikan

TS = Tidak Signifikan

PROPER = Kinerja Lingkungan

ROA = Profitabilitas

SIZE = Ukuran Perusahaan

AGE = Umur Perusahaan

# 2.2. Landasan Teori

Teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti dan yang akan digunakan sebagai landasan penyusunan hipotesis beserta analisisnya akan dijelaskan pada landasan teori berikut ini:

#### 2.2.1 Teori Signal (Signalling Theory)

Signalling Theory menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja yang tinggi (perusahaan bagus) menggunakan informasi keuangan untuk mengirim sinyal kepada pasar (Spence, 1973). Biaya atas sinyal bad news adalah lebih tinggi daripada good news, hal ini diperlihatkan dalam penelitian Spence (1973). Signalling Theory adalah signal yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada investor sebagai petunjuk mengenai prospek perusahaan tersebut (Brigham dan Houston, 2013). Signaling Theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain ( Jama'an, 2008).

Menurut Suwarjono (2013;583) teori ini membahas tentang dorongan perusahaan dalam memberikan informasi terhadap pihak eksternal. Alasan perusahaan ingin memberikan informasi kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal. Asimetri informasi terjadi apabila pihak manajemen tidak dapat menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham, dimana pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal.

Menurut Jogiyanto (2014), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (good news) atau sinyal buruk (bad news). Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai sinyal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Suwardjono, 2010). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan maupun informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan.

Dorongan perusahaan untuk menyampaikan informasi yaitu karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal. Asimetri

informasi adalah keadaan ketika pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan risiko perusahaan (Tiningrum, 2011). Pihak manajemen perusahaan memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kondisi perusahaannya dibandingkan pihak eksternal perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar.

#### 2.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan informasi investor terhadap perusahaan sering dikaitkan dengan laba dan harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya pemegang saham (Brigham dan Gapenski). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan disebabkan karena banyaknya permintaan atas saham perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset. Penentuan nilai perusahaan dapat dilakukan menggunakan berbagai langkah yang berbeda yang kemungkinan akan memberikan nilai yang saling berbeda dari faktor yang lain.

Nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa faktor, diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan, dan biaya modal perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan nilai perusahaan. Harga saham mencerminkan penilaian investor terhadap perusahaan secara keseluruhan. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dengan penjual disaat terjadinya transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan yang sebenarnya. Jika perusahaan diperkirakan akan menjadi perusahaan yang mempunyai prospek di masa yang akan datang, maka nilai sahamnya menjadi tinggi. Sebaliknya, jika perusahaan dinilai kurang memiliki prospek di masa yang akan datang maka harga saham akan menjadi rendah (Mardiyati, 2012). Kenaikan harga saham dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka

Beberapa indikator yang yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, antara lain:

akan semakin tinggi kesejahteraan pemegang saham (Retno dan Priantinah, 2012).

#### 1. Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham(market price per share) dengan laba per lembar saham (earning per share) (Fahmi 2013:138). PER merupakan fungsi dari kemampuan perubahan laba di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar juga kemungkinan perusahaan akan tumbuh dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

 $Price \ Earning \ Ratio = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$ 

# 2. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham sebuah perusahaan. PBV menentukan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadapjumlah modal yang diinvestasikan. PBV dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Price \ to \ Book \ Value = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

#### 3. Tobin's Q

Tobin's Q dapat digunakan menjadi salah satu alternatif dalam menentukan nilai perusahaan. Tobin's Q dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (diperoleh dari perkalian harga saham penutupan akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar akhir tahun)

EBV = Nilai buku dari total aset (diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

D = Nilai buku dari total hutang

#### 2.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan dapat menggunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2013:196).

Profitabilitas merupakan faktor yang harus diperhatikan untuk dapat melangsungkan hidup perusahaan, karena suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profit). Tanpa adanya keuntungan,maka perusahaan akan kesulitan untuk mendapatkan modal dari luar. Banyak pihak yang berupaya untuk meningkatkan keuntungan seperti pemilik perusahaan, pihak manajemen dan para kreditur karena sadar pentingnya arti keuntungan untuk mendorong kelangsungan dan laju perusahaan dimasa yang akan datang.

Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, yang berguna untuk pihak internal (pemilik perusahaan, manajemen perusahaan) dan pihak eksternal (investor, masyarakat, *supplier*) yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap perusahaan. Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas menurut (Kasmir, 2013:197) bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Selanjutnya, manfaat dari rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Terdapat beberapa jenis profitabilitas yang dapat digunakan untuk menilai dan mengukur posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu atau untuk beberapa periode tertentu, antara lain:

1. Gross Profit Margin (Margin Laba Kotor)

Gross Profit Margin adalah presentase laba kotor dibandingkan dengan penjualan. Semakin besar gross profit margin semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Sebaliknya, jikagross profit rendah maka semakin rendah juga operasi

perusahaantersebut. *Gross profit margin* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Gross\ profit\ margin = \frac{Penjualan - Harga\ Pokok\ Penjualan}{Penjualan}$$

#### 2. Operating Profit Margin

Operating profit margin merupakan rasio yang menggambarkan pure profit yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Operating profit disebut murni (pure) karena jumlah yang diperoleh dari hasil operasi perusahaan tanpa memperhatikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga dan kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Semakin tinggi operating profit margin maka semakin baik pula operasi sebuah perusahaan. Berikut rumus dari operating profit margin:

$$Operating profit margin = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

# 3. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* maka akan semakin baik operasi sebuah perusahaan. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *net profit margin* adalah sebagai berikut:

$$Net\ profit\ margin = rac{ ext{Laba}\ ext{bersih}\ ext{setelah}\ ext{pajak}}{ ext{Penjualan}}$$

#### 4. Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan cara menghitung laba atau rugi bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dibagi dengan seluruh total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Harahap,2013:305).

$$Return\ On\ Asset = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

#### 5. Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Perusahaan yang memiliki nilai ROE tinggi dan konsisten menurut (Fahmi 2012:99) mempunyai arti, sebagai berikut:

- a. Perusahaan mempunyai suatu keunggulan yang tahan lama dalam persaingan.
- b. Investasi modal pemegang saham akan tumbuh pada suatu tingkat pertumbuhan tahunan yang tinggi, sehingga akan mengarahkan pada harga saham yang tinggi dimasa depan.

Berikut adalah rumus dari ROE:

Return On Equity = 
$$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} X 100\%$$

#### 6. Return On Investment (ROI)

Return On Investment (ROI) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan setelah pajak dengan aset. Return On Investment adalah rasio yang

mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik pula keadaan sebuah perusahaan. Return On Investment dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Return \ On \ Investment = \frac{Laba \ bersih \ setelah \ pajak}{Total \ Aset}$$

### 7. Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perlembar saham dalam menghasilkan laba. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa, dan calon pemegang saham sangat tertarik dengan earning per share. Earning per share dapat menjadi suatu indikator dalam keberhasilan perusahaan. Rumus dari earning per share adalah sebagai berikut:

#### 2.2.4 Kinerja Lingkungan

Kinerja Lingkungan adalah kinerja yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan lingkungan perusahaan yang baik. Dengan adanya kinerja lingkungan dapat menggambarkan sejauh mana tanggung jawab dari perusahaan terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan hasil dan sumbangan yang dapat diberikan sistem manajemen lingkungan pada perusahaan secara rill dan konkrit (Nita, 2012). Pengukuran kinerja lingkungan adalah bagian penting dari sistem manajemen lingkungan. Sehingga perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik perlu untuk mengungkapkan informasi mutu dan kualitas

lingkungan baik dibandingkan dengan perusahaan yang kinerjanya buruk, agar pelaku pasar dapat menilai seberapa jauh perusahaan tersebut dalam menjalankan program kepeduliannya terhadap masyarakat dan hal lain yang mendukung aktivitasnya.

Sebenarnya kinerja lingkungan belum diwajibkan di Indonesia atau masih bersifat *voluntary*, namun sebagian perusahaan beranggapan bahwa kinerja lingkungan adalah hal penting untuk menarik lebih banyak investor.Banyak perusahaan yang terus berupaya dalam meningkatkan kinerja lingkungannya dan mengungkapkan kinerja lingkungan tersebut karena tuntutan dari berbagai pihak seperti pemerintah, kementrian lingkungan hidup, dan para *stakeholder*. Kinerja lingkungan yang baik akan berdampak positif terhadap karyawan, masyarakat, investor, maupun terhadap kinerja ekonomi pada suatu perusahaan. Dengan lingkungan yang baik, para karyawan akan bekerja dengan nyaman dan tidak meganggu proses bekerja mereka. Masyarakat akan lebih percaya dengan perusahaan yang selalu menjaga lingkungannya sehingga terhindar dari ancaman bencana. Selain itu, kinerja lingkungan dapat menjadi tolok ukur keputusan investor dalam pengambilan keputusan bisnis.

Penilaian kinerja pengelolaan lingkungan pada suatu perusahaan harus memerlukan indikator yang terukur, objektif, dan dapat dipertanggung jawabkan. Kementrian Lingkungan Hidup (KLH) melakukan program PROPER dengan melibatkan bantuan dari pemerintah provinsi dan kota atau kabupaten di seluruh Indonesia. Tujuan dari PROPER yaitu meningkatkan peran perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan hidup serta menimbulkan efek stimultan

dalam pemenuhan peraturan lingkungan dan nilai tambah terhadap pemeliharaan sumber daya alam, konservasi energi, dan pengembangan masyarakat.

PROPER didesain untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui instrument insentif dan disentif.Instrumen insentif berarti menginformasikan kepada publik tentang manfaat yang positif kepada masyarakat dan *stakeholders* bagi perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan yang baik.Hal tersebut ditandai dengan warna emas dan hijau.Sedangkan, warna biru digunakan bagi perusahaan yang secara minimum mampu memenuhi regulasi.Instrumen disentif bersifat sebaliknya yaitu menginformasikan kepada publik tentang hal buruk bagi perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan yang tidak taat dengan regulasi. Hal ini ditandai dengan warna merah dan hitam.

#### 2.2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan atau biasanya disebut dengan *firm size* merupakan sebuah ukuran yang menentukan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, dan nilai total aset (Damasita 2011 dalam Danial 2013). Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik pada kondisi pasar, yang menjadikan perusahaan mampu dalam menghadapi persaingan bisnis ekonomi. Perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena mempunyai akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber eksternal dibandingkan dengan

perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai pertumbuhan, dimana akan berdampak pada arus kas perusahaan yang menjadi positif dan dianggap memiliki prospek yang baik untuk masa yang akan datang.

Selanjutnya, ukuran perusahaan juga dapat mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan profit dibandingkan perusahaan yang mempunyai total asset lebih kecil. Ukuran perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh calon investor untuk mengambil suatu keputusan. Perusahaan yang memiliki ukuran atau size besar akan lebih mudah dalam memasuki pasar modal sehingga perusahaan dapat membayar dividen yang besar pada para pemegang saham. Sedangkan perusahaan yang memiliki ukuran kecil akan menghadapi kesulitan dalam akses ke pasar modal yang mengakibatkan kemampuannya dalam mendapatkan modal dan pinjaman dari pasar modal terbatas. Kemudian perusahaan dengan ukuran besar mempunyai keuntungan aktivitas serta akan lebih dikenal oleh publik dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil yang mengakibatkan nilai dari perusahaan tersebut akan meningkat. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Saat membeli saham, investor cenderung akan mempertimbangkan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dijadikan patokan bahwa sebuah perusahaan mempunyai kinerja yang bagus atau tidak (Sujoko dan Subiantoro, 2007). Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan berbagai indikator yaitu total aset, total penjualan, dan jumlah karyawan, dengan rumus sebagai berikut:

#### 1. Total Aset

Total aset dapat dipilih sebagai cara menghitung ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan nilai aset yang relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan. Perusahaan yang memiliki total aset besar mencerminkan akan sebuah perusahaan yang telah tumbuh berkembang. Berikut adalah rumus dari total aset:

$$Size = Ln (Total Assets)$$

# 2. Total Penjualan

Menurut undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil point b, menjelaskan bahwa "perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000.000,- (satu miyar rupiah) digolongkan sebagai kelompok usaha kecil". Dengan adanya ketentuan ini, maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan di atas satu milyar rupiah dapat dikelompokkan ke dalam industri menengah dan besar. Secara sistematis ukuran perusahaan yang diproksikan dengan nilai logaritma natural dari total aset dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Size = Total Penjualan$$

#### 3. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan dapat digunakan sebagai salah satu komponen ukuran perusahaan. Salah satu kategori ukuran perusahaan yang besar adalah jumlah karyawan yang banyak. Perusahaan yang besar mempunyai pengaruh besar terhadap masyarakat (Cowen, et al, 2011). Perusahaan

akan memberikan upaya dalam memperbaiki kondisi karyawan, mengembangkan hak-hak karyawan, meningkatkan keamanan kerja, dan memberikan kompensasi yang layak. Ukuran perusahaan dapat diproksikan sebagai berikut:

#### 2.2.6 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap *survive* dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang telah lama berdiri atau yang masih memiliki umur yang singkat. Perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya.

Umur perusahaan merupakan usia atau lamanya suatu perusahaan itu dibentuk dan beroperasi (Handayani, 2011). Umur perusahaan banyak dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam mengeksploitasi pengalaman dalam suatu sektor usaha yang dimasuki. Semakin tua umur perusahaan akan semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dalam menjalankan dan menciptakan inovasi yang terkait dengan aktivitas perusahaan. umur perusahaan juga dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam belajar (*organizational learning*). Tekanan lingkungan dan persaingan akan menurut perusahaan untuk dapat melakukan proses belajar sebagai bagian dari tugas manajemen baik bagi

pemimpin perusahaan maupun karyawan. Perhitungan rumus umur perusahaan menurut (Evie Faulina, 2004, dalam Cicilia 2006) sebagai berikut:

Umur Perusahaan = Tahun Penelitian – Tahun Berdirinya Perusahaan

#### 2.2.7 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik. Perusahaan melakukan profitabilitas yang baik dengan harapan dapat mengirimkan sinyal baik kepada pihak eksternal perusahaan, yang diharapkan akan memberikan keuntungan ekonomi untuk perusahaan di masa yang akan datang sehingga pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau profit. Laba yang diperoleh perusahaan berasal dari penjualan atau investasi yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas juga menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas pada sebuah perusahaan dapat dihitung menggunakan ROA (*Return On Asset*), yaitu dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA maka semakin tingi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang membuat profitabilitas semakin naik. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor yang menunjukkan perusahaan berada dalam kondisi yang baik dan menguntungkan. Hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi investor untuk memiliki atau menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Tingginya minat investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan dan ROA

yang tinggi akan meningkatkan harga saham, yang menyebabkan terjadinya hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham. Tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya, Ayem dan Nugroho (2016) menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### 2.2.8 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik. Perusahaan melakukan pkinerja lingkungan yang baik dengan harapan dapat mengirimkan sinyal baik kepada pihak eksternal perusahaan, yang diharapkan akan memberikan keuntungan ekonomi untuk perusahaan di masa yang akan datang sehingga pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Sebuah perusahaan akan mendapatkan daya tarik tersendiri dari para investor atau stakeholder bila melakukan kinerja lingkungan yang baik dan berkualitas. Kinerja lingkungan yang baik terjadi karena dukungan dari pihak manajemen yang menginginkan lingkungan yang baik. Adanya pihak-pihak dari dalam perusahaan yang berperan untuk menciptakan suatu lingkungan yang baik akan berpengaruh terhadap kualitas lingkungan yang akan mereka capai. Perusahaan dapat melakukan banyak cara dalam mendukung kinerja lingkungan yang baik, seperti melakukan program-program yang berbasis kelestarian hidup. Adanya niat dari perusahaan dalam menciptakan kinerja lingkungan yang baik, dapat meningkatkan nilai bagi perusahaan yang dapat diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Para pemangku kepentingan atau stakeholder dapat menilai

sebuah perusahaan yang akan diajak bekerja sama atau berinvestasi dari laporan tahunan tersebut. Ketika kinerja lingkungan itu tinggi maka permintaan saham tersebut juga tinggi, harga saham naik dan nilai perusahaan juga naik.

Penelitian sebelumnya Hariati dan Rihatiningtyas (2013) menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan mempunyai nilai pasar yang lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak memiliki kinerja lingkungan. Selanjutnya, kinerja lingkungan yang baik merupakan sesuatu informasi yang berharga sebagai bahan pertimbangan oleh investor dalam pengambilan keputusan yang rasional.

#### 2.2.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

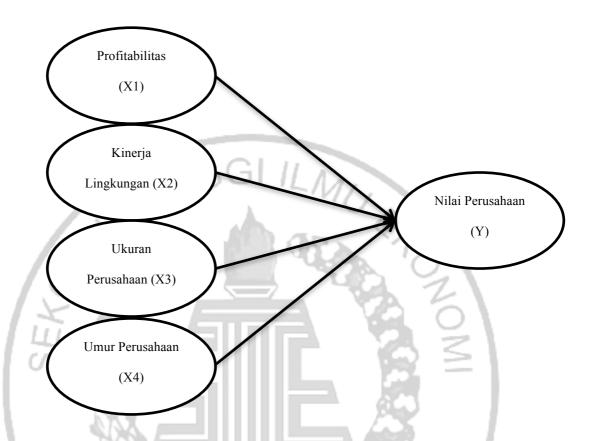
Pada penelitian ini ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang diambil dari nilai total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, menunjukkan bahwa akan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini diakibatkan karena perusahaan yang besar lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan untuk operasional perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kondisi yang stabil. Kondisi tersebut dapat menyebabkan investor mempunyai harapan yang besar terhadap perusahaan dan ingin memiliki saham dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham oleh investor dapat meningkatkan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai perusahaan yang lebih besar.

Penelitian sebelumnya dari Ernawati dan Widyawati (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### 2.2.10 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini umur perusahaan merupakan gambaran seberapa lama perusahaan. Untuk mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat survive. Semakin panjang umur perusahaan akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibanding perusahaan lain yang umurnya lebih pendek dengan alasan perusahaan tersebut memiliki pengalaman lebih dalam pengungkapan laporan tahunan (Wallace, et al 2009). Hal ini diakibatkan seiring waktu, perusahaan belajar untuk semakin baik dan lebih efisien serta memiliki keunggulan kompetitif dalam inti bisnisnya dan mendorong keberhaasilan dan kemakmuran. Perusahaan telah lama berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan baru, sehingga perusahaan yang lama berdiri lebih menarik perhatian investor (Zen dan Herman, 2007). Penelitian sebelumnya dari Hariyanto dan Juniarti (2014) menemukan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

# 2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

# Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran diatas menjelaskan hubungan antara profitabilitas, kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan

# 2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan, penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran didapatkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- 1.  $H_1$ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2.  $H_2$ : Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3.  $H_3$ :Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 4.  $H_4$ :Umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

