

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang mengambil topik mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

##### 1. Venny Maulinda, Iskandar Muda, Badaruddin (2019)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh CSR, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan sub sektor industri tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian adalah *purposive sampling* dan teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi panel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu, yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.

- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.
- d) Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen CSR sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan variabel tersebut.
- b) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2014-2016, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.
- c) Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah teknik analisis regresi panel sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan teknik analisis data model analisis regresi berganda.
- d) Jenis sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor industri tekstil dan garmen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

## 2. **Roosiana Ayu Indah Sari (2016)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, *growth opportunity* dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian adalah *purposive sampling* dan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Roosiana Ayu Indah Sari (2016) menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*
- d) Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.
- e) Populasi penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen *growth opportunity* sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan variabel tersebut.
- b) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2011-2015, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.

### **3. Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di indeks LQ-45 selama periode 2010-

2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian adalah *purposive sampling* dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*.
- d) Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kebijakan dividen sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan variabel tersebut.
- b) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2010-2013, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.
- c) Jenis sampel penelitian yang terdahulu menggunakan perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ-45, sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

#### 4. I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c) Jenis sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d) Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*
- e) Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2011-2014, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.

#### 5. I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*
- d) Teknik analisis data yaitu regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen pertumbuhan perusahaan sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan variabel tersebut.
- b) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2013-2015, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.
- c) Jenis sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan property, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

**6. Putu Mikhy Noviari dan Putu Vivi Lestari (2016)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sub sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

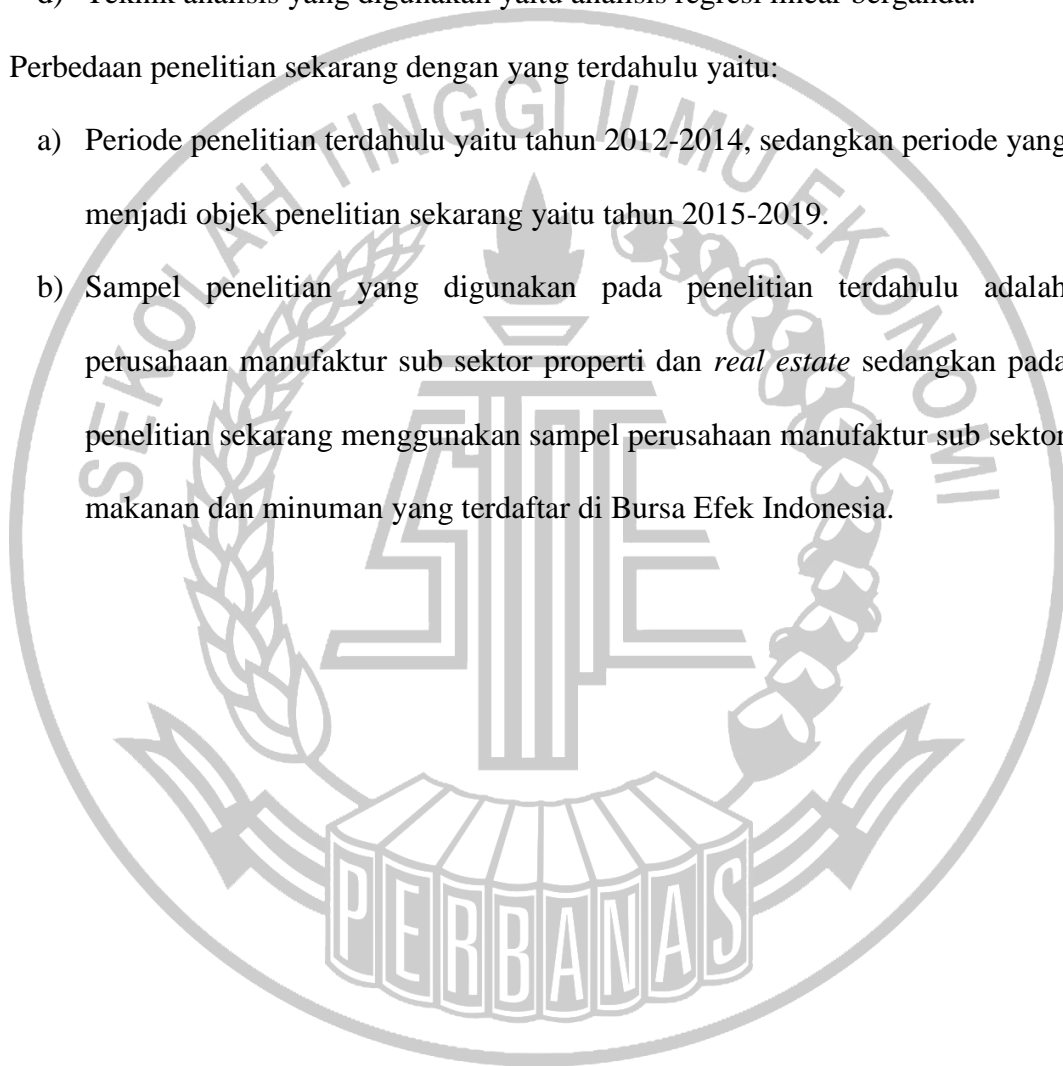
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014.

Persamaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.
- b) Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.
- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*
- d) Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan yang terdahulu yaitu:

- a) Periode penelitian terdahulu yaitu tahun 2012-2014, sedangkan periode yang menjadi objek penelitian sekarang yaitu tahun 2015-2019.
- b) Sampel penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan manufaktur sub sektor properti dan *real estate* sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.





Tabel 2.1

## TABEL HASIL PENELITIAN TERDAHULU SECARA PARSIAL

Tahun	Nama Peneliti	Tujuan	Variabel	Sampel	Teknik	Hasil
2019	Maulida, Muda, dan Badaruddin	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor industri tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016.	a) Independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan b) Dependen: Nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Analisis regresi panel	a) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. c) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2016	Sari	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan dan <i>growth opportunity</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2015.	a) Independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan <i>growth opportunity</i> . b) Dependen: Nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Regresi linear berganda	a) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan c) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2016	Suffah dan Riduwan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di LQ-45 periode 2010-2013.	a) Independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> b) Dependen: Nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Regresi linear berganda	a) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. c) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tahun	Nama Peneliti	Tujuan	Variabel	Sampel	Teknik	Hasil
2016	Rudangga dan Sudiarta	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2014.	a) Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas. b) Dependen: nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Regresi linear berganda	a) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. c) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2017	Suardika dan Mustanda	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2015.	a) Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas. b) Dependen: nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Regresi linear berganda	a) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan c) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
2016	Noviari dan Lestari	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014.	a) Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas. b) Dependen: nilai perusahaan	<i>Purposive sampling</i>	Regresi linear berganda	a) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b) <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. c) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Venny Maulinda, Iskandar Muda, dan Badaruddin (2019), Roosiana Ayu Indah (2016), Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016), I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016), I Nyoman Agus S. dan I Ketut Mustanda (2019), dan Noviari dan Lestari (2016).

## 2.2 Landasan Teori

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

### 2.2.1. Nilai Perusahaan

Keberhasilan sebuah perusahaan dikaitkan dengan nilai perusahaan yang diukur menggunakan faktor-faktor tertentu. Nilai perusahaan juga menentukan tinggi rendahnya harga saham suatu 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, 2010:487).

Secara umum, nilai perusahaan adalah penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan serta persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, tingkat likuiditas dan *free cash flow* yang tersedia bagi investor (Brigham dan Houston, 2019:143).

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan harga saham dengan menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya (Brigham dan Houston, 2019:143). Ada beberapa pendekatan dalam pengukuran nilai perusahaan yang dapat digunakan dalam analisis fundamental

atau untuk menghitung nilai intrinsik untuk mengukur nilai perusahaan (Brigham dan Houston, 2019:143), yaitu:

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

Kegunaan *price earning ratio* (PER) adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. *Price earning ratio* (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang.

Semakin besar *price earning ratio* (PER), maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur *price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

Rumus *Price Earning Ratio* (PER)

$$\text{PER} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}} \times 100\% \quad \dots\dots (1)$$

### 2. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk menilai apakah suatu saham *undervalued* atau *overvalued*. Suatu saham disebut *undervalued* bila harga saham di bawah nilai buku perusahaan. Sebaliknya dikatakan *overvalued* jika harga saham melebihi nilai buku. *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

Semakin tinggi rasio PBV, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan (Brigham dan Houston, 2019:145). Rumus yang digunakan untuk mengukur *Price to Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

Rumus *Price to Book Value* (PBV):

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}} \dots\dots (2)$$

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio *price to book value* (PBV), karena rasio ini mampu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan (Brigham dan Houston, 2019:145).

### 2.2.2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Harmono, 2018:155). Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk dimana hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang usaha kecil, mikro dan menengah, menyatakan bahwa berdasarkan ukuran nilai kekayaan bersih dan hasil penjualannya, perusahaan dibagi menjadi tiga kriteria usaha, yaitu:

1. Usaha Mikro, usaha mikro memiliki kriteria sebagai berikut:
  - a) Kekayaan bersih yang dimiliki oleh perusahaan paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dimana kekayaan ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b) Hasil penjualan yang didapatkan oleh perusahaan selama tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil, usaha kecil memiliki kriteria sebagai berikut:
  - a) Kekayaan bersih yang dimiliki oleh perusahaan lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dimana kekayaan ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau.
  - b) Hasil penjualan yang didapatkan oleh perusahaan selama tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah, usaha menengah memiliki kriteria sebagai berikut:
  - a) Kekayaan bersih yang dimiliki oleh perusahaan lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) dimana kekayaan ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Hasil penjualan yang didapatkan oleh perusahaan selama tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus ribu rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan log natural total aset (Harmono, 2018:155):

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln Total Aset.} \quad \dots\dots (4)$$

### 2.2.3. Leverage

*Leverage ratio* merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2014:151). Menganalisis kinerja keuangan perusahaan menggunakan rasio *leverage* memiliki peranan penting sebab, rasio ini dapat menginformasikan sumber dana yang digunakan untuk membiayai operasional atau kegiatan bisnis perusahaan, dari modal sendiri atautkah utang. Rasio *leverage* dapat diukur menggunakan beberapa rasio yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan rendah atau tingginya tingkat rasio *leverage* pada suatu perusahaan (Kasmir, 2014:155), yaitu:

#### 1. *Debt to Equity Ratio* (DER)

*Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dapat melunasi kewajibannya dari modal yang dimiliki. Semakin tinggi nilai DER maka semakin kecil laba yang dibagikan kepada pemegang saham dan sebaliknya, semakin rendah nilai DER maka semakin besar laba yang dibagikan kepada pemegang saham.

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\% \quad \dots\dots (5)$$

## 2. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

*Debt Ratio* atau Rasio Hutang adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. *Debt Ratio* atau rasio hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (*total liabilities*) dengan total aset yang dimilikinya.

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \quad \dots\dots (6)$$

## 3. *Times Interest Earned Ratio*

*Times interest earned* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. *Times interest earned ratio* ini juga sering disebut juga *interest coverage ratio*. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \frac{\text{laba sebelum pajak dan bunga}}{\text{beban bunga}} \dots (7)$$

Pengukuran variabel *leverage* yang digunakan untuk penelitian ini yaitu *debt to equity ratio (DER)*, karena rasio ini dianggap mampu digunakan oleh para calon investor maupun investor untuk mengetahui seberapa sehat kondisi dari sebuah perusahaan dalam penggunaan modal dan bagaimana kinerja perusahaan dalam memanfaatkan biaya yang berasal dari hutang dalam kegiatan operasionalnya.

### 2.2.4. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Kasmir, 2016:196). Keuntungan dapat dihasilkan dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Rasio profitabilitas dipakai untuk



memperlihatkan seberapa besar laba atau keuntungan yang diperoleh dari kinerja suatu perusahaan yang memengaruhi catatan atas laporan keuangan yang harus sesuai dengan standar akuntansi keuangan.

Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari unsur unsur laporan keuangan (Rudangga, 2016). Semakin tinggi nilai rasio maka kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bisa dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas. Rasio-rasio profitabilitas memaparkan informasi yang penting daripada rasio periode sebelumnya dan rasio pencapaian pesaing. Dalam mengukur rasio profitabilitas, terdapat beberapa jenis rasio yang digunakan yaitu (Kasmir, 2014:115):

a) *Return on Asset (ROA)*

Tingkat pengembalian aset atau *return on asset (ROA)* merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini (Kasmir, 2014:136).

Rumus ROA sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \quad \dots\dots (8)$$

b) *Net Profit Margin* (NPM)

*Net profit margin* atau margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan (Kasmir, 2014:136). Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* (NPM) maka semakin baik operasi suatu perusahaan. *Net profit margin* (NPM) dihitung dengan rumus berikut (Kasmir, 2014:136):

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad \dots\dots (9)$$

c) *Return On Equity* (ROE)

*Return on equity* (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. *Return on equity* menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya (*net worth*), sehingga tingkat keuntungan diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. Rumus *Return on Equity* (ROE) sebagai berikut (Kasmir, 2014:137):

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\% \quad \dots\dots (10)$$

Pengukuran variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *rasio return on equity* (ROE), penggunaan rasio ROE ini dikarenakan terdapatnya suatu hubungan antara rasio ROE dan rasio *leverage*. Nilai rasio *leverage* semakin besar jika utang membesar, karena utang berbanding terbalik dengan ekuitas. Semakin besar nilainya, maka daya pengungkit untuk ROE akan semakin besar dan disinilah

letak *trade-off* nya. Jika komposisi utang lebih besar, maka dampaknya ROE akan lebih besar, namun biaya untuk bunga dan risiko juga semakin besar.

### **2.2.5. Teori Sinyal**

Teori sinyal adalah teori yang membahas ketidaksamaan informasi yang dimiliki oleh pihak internal perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan (Sari, 2016). Informasi simetris adalah informasi identik yang dimiliki oleh manajer dan investor mengenai prospek suatu perusahaan namun, pada kenyataannya manajer berada di situasi dimana manajer (pihak internal perusahaan) memiliki informasi yang lebih rinci mengenai prospek perusahaan dibandingkan dengan investor (pihak eksternal) dan hal ini disebut informasi asimetris (Brigham dan Houston, 2019:32). Pihak internal perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunan untuk menghindari adanya asimetris informasi, sehingga pihak eksternal perusahaan atau investor dapat menilai kinerja perusahaan dan mengetahui prospek perusahaan di masa yang akan datang (Sari, 2016).

Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal baik atau sinyal buruk bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Perusahaan dengan prospek yang baik cenderung tidak akan melakukan pendanaan melalui penawaran saham baru karena ketika perusahaan tidak menjual sahamnya, maka perusahaan dan para pemegang saham tidak perlu berbagi keuntungan dengan pemegang saham baru. (Brigham dan Houston, 2019:32). Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman penawaran saham akan memberikan sinyal buruk bagi investor karena menurut manajemen perusahaan, prospek kinerja perusahaan sedang kurang cerah sehingga mengundang investor baru untuk berbagi

kerugian. Perusahaan cenderung melakukan penurunan harga saham saat menerbitkan saham baru sehingga hal ini akan menurunkan estimasi tingkat nilai perusahaan dimata para investor (Brigham dan Houston, 2019:33).

### 2.2.6. Teori *Pecking Order*

*Pecking order theory* menyatakan bahwa manajer lebih menyukai pendanaan yang berasal dari internal perusahaan daripada pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan. Jika perusahaan membutuhkan pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan, maka manajer cenderung memilih surat berharga yang paling aman, seperti utang (Sudana, 2015:176). Teori *pecking order* ini didasarkan pada adanya informasi asimetrik, yaitu suatu situasi dimana pihak manajemen atau pihak internal perusahaan mempunyai informasi yang lebih detail tentang perusahaan daripada para pemegang saham atau pihak eksternal. Informasi asimetrik yang ada akan mempengaruhi keputusan antara pengguna dana internal dan eksternal dan antara keputusan akan melakukan penambahan hutang baru atau dengan melakukan penerbitan ekuitas baru.

Teori *pecking order* memberikan dua aturan bagi dunia praktik, yaitu (Sudana, 2015:175):

1. Penggunaan Pendanaan Internal

Manajer tidak dapat menggunakan pengetahuan khusus untuk menentukan jika hutang yang digunakan oleh perusahaan akan beresiko mengalami *mispriced* (terjadi perbedaan harga pasar dengan harga teoritis) atau tidak karena harga hutang ditentukan oleh suku bunga pasar. Kenyataannya, hutang perusahaan dapat

mengalami gagal bayar sehingga, manajer cenderung akan menerbitkan saham jika sahamnya *overvalued*, dan manajer cenderung untuk menerbitkan hutang jika surat hutangnya juga *overvalued*.

## 2. Menerbitkan Sekuritas yang Risikonya Kecil

Investor memiliki kekhawatiran jika salah dalam menentukan harga hutang dan saham. Hutang perusahaan masih memiliki risiko yang relatif kecil dibandingkan dengan saham jika ditinjau dari sudut pandang investor, karena jika kesulitan keuangan perusahaan dapat dihindari, maka pemberi hutang masih menerima pendapatan yang tetap. *Pecking order theory* secara tidak langsung menyatakan bahwa jika sumber dana dari eksternal perusahaan tetap diperlukan, pertama perusahaan harus menerbitkan hutang sebelum menerbitkan saham sehingga hanya ketika kapasitas perusahaan untuk menggunakan hutang sudah mencapai maksimal kemudian perusahaan mempertimbangkan menerbitkan saham. Mengingat ada berbagai macam hutang, *pecking order theory* secara tidak langsung juga menyatakan manajer perusahaan sebaiknya menerbitkan surat hutang lebih dahulu sebelum menerbitkan surat hutang yang bisa dikonversikan

### 2.2.7. Teori *Trade-Off*

*Trade-off theory* berasumsi bahwa struktur modal adalah hasil pertimbangan dari keuntungan pajak dengan menggunakan hutang dengan biaya yang akan timbul sebagai penggunaan hutang tersebut (Sari, 2016). Penggunaan hutang dalam *trade-off theory* menjelaskan jika posisi struktur modal perusahaan berada dibawah titik optimal maka hal ini dapat menunjukkan bahwa setiap ada penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika posisi struktur modal berada

di atas titik optimal maka setiap ada penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. (Brigham dan Houston, 2019:31).

Posisi struktur modal perusahaan berada dibawah titik optimal dapat menunjukkan bahwa setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan hanya apabila perusahaan berkinerja dengan baik dalam pengelolaan dana yang berasal dari hutang dalam melakukan kegiatan operasinya dan sebaliknya jika perusahaan tidak berkinerja dengan baik dalam pengelolaan dana yang berasal dari hutang dalam melakukan kegiatan operasinya maka akan membuat posisi struktur modal berada di atas titik optimal dimana setiap ada penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan.

#### **2.2.8. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga investor akan semakin percaya bahwa kinerja perusahaan baik dan akan menarik investor untuk berinvestasi lagi di perusahaan tersebut sehingga harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan yang diukur melalui rasio PBV. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rudangga (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

### 2.2.9. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan apabila pasar modal dalam kondisi yang tidak sempurna karena bunga efektif pinjaman modal individual akan lebih tinggi dibandingkan dengan bunga pinjaman pribadi, sehingga hal ini dapat mempengaruhi investor untuk memilih perusahaan yang melakukan pinjaman daripada hanya mengandalkan modal sendiri karena bunga yang diambil oleh perusahaan besar lebih kecil. Jika kondisinya seperti ini maka para investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi sehingga hal ini akan meningkatkan jumlah investasi yang ditanamkan oleh investor lama dan akan menarik investor baru untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Meningkatnya investasi yang diterima oleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan yang diukur melalui rasio *price to book value* (PBV). Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rudangga (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi nilai rasio DER maka semakin tinggi kewajiban yang harus dibayarkan oleh perusahaan sehingga semakin kecil pula laba yang dibagikan kepada pemegang saham. Rendahnya laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan yang dibagikan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan dan tingkat kepercayaan investor akan kinerja perusahaan karena jika keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham atau investor sedikit, maka hal ini akan membuat investor tidak puas dan tidak tertarik untuk berinvestasi lagi sehingga tingkat investasi yang diterima oleh

perusahaan rendah dan akan mempengaruhi harga saham yang dimana hal ini akan menurunkan nilai perusahaan yang diukur menggunakan tingkat rasio PBV. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulinda at all (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

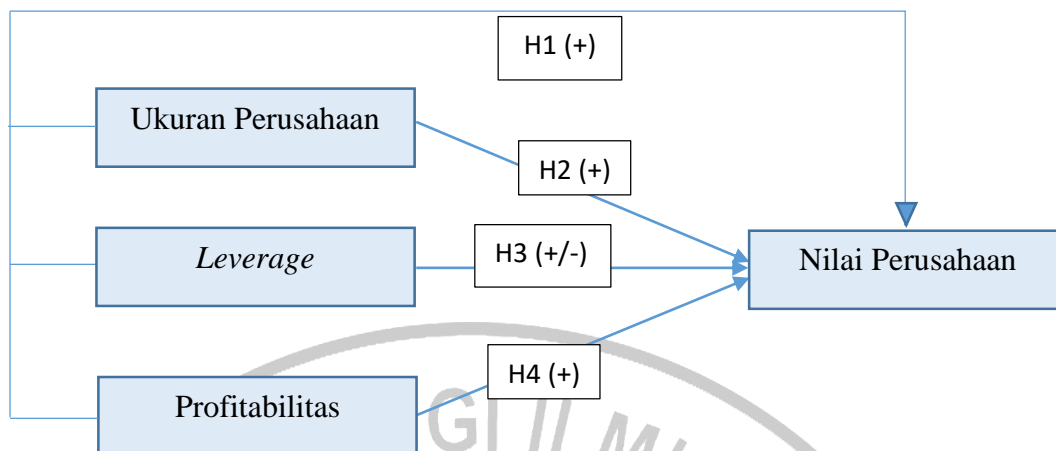
#### **2.2.10. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai rasio profitabilitas yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kondisi perusahaan semakin baik. Jika kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba semakin baik, maka hal ini dapat mengindikasikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat menarik investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Meningkatnya permintaan saham akan meningkatkan harga saham, dimana hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio PBV. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwardika (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Berdasarkan penjelasan pada sub bab sebelumnya, maka dapat dibuat kaitan antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.





Gambar 2.1

## KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini terdiri dari beberapa hipotesis penelitian sebagai acuan awal pada penelitian ini yang di dasarkan teori dan penelitian terdahulu.

H1 : Ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitablitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4 : Profitablitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.