

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu persepsi dari investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham merupakan harga yang muncul sebagai hasil dari penawaran dan permintaan yang muncul di Bursa Efek Indonesia terhadap saham yang bersangkutan di dalamnya. Bagi perusahaan saham merupakan hak kepemilikan atas aset yang dimilikinya. Jumlah lembar saham mempunyai persamaan arti yaitu sebagai nilai prosentasi kepemilikan atas total aset perusahaan. Bagi perusahaan harga saham bisa menjadi tolak ukur dari nilai perusahaan. Harga saham yang mempunyai nilai tinggi juga dapat membuat nilai perusahaan tinggi pula dan untuk meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tapi juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Memaksimalkan suatu nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, dikarenakan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama dari perusahaan.

Yang dimaksud dengan nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai jual perusahaan atau nilai tambah bagi para pemegang saham. Apabila nilai saham pada perusahaan dipasar modal meningkat maka dapat dilihat juga tingkat kemakmuran pemegang saham juga meningkat. Oleh sebab itu, harga

saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi apabila nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa mendatang dan nilai perusahaan pada umumnya ditunjukkan dari nilai *Price To Book Value* (PBV) Astuti (2016). Nilai perusahaan juga sering di kaitkan dengan harga saham, jika semakin tinggi harga saham dapat diartikan semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi akan menarik keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi juga menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dapat di ukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV) dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku natural, konvensi ke bentuk logaritma natural ini bertujuan untuk membuat data total aktiva berdistribusi normal.

1. Faktor-faktor pada Nilai Perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Faktor Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba yaitu pengaruh positif terhadap nilai pertumbuhan yang tinggi dan semakin bernilai dalam pertumbuhan laba yang di hasilkan pada potensi keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian Laba perusahaan dapat mengelola bisnisnya secara efisien karena bernilai mampu menghasilkan profitabilitas yang semakin tinggi serta dapat meningkatkan kepercayaan pada masyarakat dan mendapatkan investor yang mendorong lebih besar.

b. Faktor *Dividend Payout Ratio*

Faktor *Dividend Payout Ratio* yaitu nilai yang memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan yang semakin tinggi dari nilai jual yang meningkat pada

perusahaan dengan memiliki keuntungan bagi pemegang saham. Faktor *Dividend Payout Ratio* ini dapat memberikan sinyal pada para investor terhadap perusahaan yang digunakan untuk mempertahankan serta merespon positif dengan pertumbuhan yang lebih tinggi sehingga memiliki karakter pertumbuhan dividen.

c. Faktor *Required Rate Of Return*

Faktor *Required Rate Of Return* yaitu faktor nilai yang memiliki tingkat keuntungan yang dianggap layak di dapatkan bagi investor atau tingkat dengan keuntungan yang lebih diutamakan lagi. Faktor *Required Rate Of Return* dapat diberikan hasil nilai dalam menjual saham tersebut serta mendorong terhadap penurunan harga saham lebih jauh sehingga kemampuan ini akan semakin rendah.

2. Jenis-jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan ada lima jenis nilai perusahaan, antara lain :

a. Nilai nominal

Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, yang disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan serta ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

b. Nilai Pasar

Nilai pasar juga disebut kurs yaitu harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di dalam pasar saham. Nilai pasar hanya ditentukan jika saham perusahaan ingin dijual di pasar saham.

c. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik yaitu konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik

bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, tapi juga nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.

d. Nilai Buku

Nilai buku yaitu nilai perusahaan dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Nilai buku dihitung dengan membagi selisih antara total aset dan total utang dari jumlah saham yang beredar.

e. Nilai Likuiditas

Nilai likuidasi yaitu nilai jual dari seluruh aset perusahaan setelah dikurangi dari semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku yaitu berdasarkan dari neraca performa yang disiapkan ketika perusahaan akan dilikuidasi.

3. Pengukuran Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) yaitu menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang dikeluarkan oleh investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur berapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham.

Price Earning Ratio (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa mendatang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula perusahaan untuk tumbuh sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan.

b. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) yaitu rasio yang menunjukkan apakah harga saham diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham. Semakin besar rasio *Price to Book Value* (PBV) maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

c. *Tobin's Q*

Tobin's Q dapat dihitung dengan cara membandingkan antara rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

2.1.2 Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan rasio atau perbandingan yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan guna mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) yang terkait dengan penjualan, aset, dan ekuitas yang berdasarkan dari pengukuran tertentu. Jenis rasio profitabilitas ini dipakai guna memperlihatkan seberapa besar laba atau keuntungan yang dapat diperoleh dari kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi catatan laporan keuangan yang harus sesuai dengan standar akuntansi keuangan perusahaan.

Pengertian profitabilitas menurut Marwah Noor (2016) adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Maka dari itu, perusahaan akan memaksimalkan kinerja para karyawan dan manajemen juga dituntut untuk mencapai target yang sudah ditentukan agar bisa mendapatkan laba semaksimal mungkin. Rasio profitabilitas pada yang digunakan dalam penelitian ini adalah

menggunakan *Return On Equity* (ROE). *Return On Equity* (ROE) adalah kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan laba bagi para pemegang saham atas modal yang ditanamkan oleh para pemegang saham tersebut.

1. Jenis-Jenis Profitabilitas :

a. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor yaitu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Laba kotor yang dipengaruhi oleh laporan arus kas memaparkan besaran laba yang didapatkan oleh perusahaan dengan pertimbangan biaya yang terpakai untuk memproduksi produk barang atau jasa. Margin Laba Kotor sering juga disebut *Gross Margin Ratio* (Rasio Marjin Kotor). *Gross profit margin* mengukur efisiensi perhitungan harga pokok atau biaya produksi. Semakin besar gross profit margin semakin baik (*efisien*) untuk kegiatan operasional perusahaan yang dapat menunjukkan harga pokok penjualan lebih rendah daripada penjualan (*sales*) yang berguna untuk audit operasional. Atau sebaliknya, maka perusahaan kurang baik dalam melakukan kegiatan operasional.

b. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih atau *net profit margin* yaitu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Margin laba bersih sering juga disebut *profit margin ratio*. Rasio ini digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *Net profit margin*

semakin baik pula operasi suatu perusahaan

c. Rasio Pengembalian Aset (*Return on Assets Ratio*)

Tingkat pengembalian aset yaitu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang dapat diperoleh dari suatu perusahaan yang terkait dengan sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.

d. Rasio Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity Ratio*)

Return On Equity Ratio (ROE) yaitu rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan yang dinyatakan dengan persentase. ROE dapat dihitung dari penghasilan perusahaan terhadap modal yang di investasikan oleh pemilik perusahaan. ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya sehingga tingkat keuntungan dapat diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. ROE merupakan rentabilitas modal sendiri atau sering disebut juga rentabilitas usaha.

e. Rasio Pengembalian Penjualan (*Return On Sales Ratio*)

Return On Sales adalah rasio profitabilitas yang menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya variabel produksi seperti upah pekerja, bahan baku, dan lainnya. Sebelum dikurangi pajak dan bunga rasio ini dapat menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan yang juga disebut margin operasional.

f. Pengembalian Modal yang digunakan (*Return On Capital Employed*)

Return On Capital Employed (ROCE) yaitu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai dalam bentuk persentase. Modal yang dimaksud yaitu ekuitas suatu perusahaan yang ditambah dengan kewajiban tidak lancar atau total aset dikurangi kewajiban lancar. ROCE dapat mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal. Laba sebelum pengurangan pajak dan bunga juga dikenal dengan istilah "EBIT" yaitu *Earning Before Interest and Tax*.

g. *Return On Investment* (ROI)

Return On Investment (ROI) yaitu rasio profitabilitas yang dapat dihitung mulai dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. *Return on investment* berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik pula kondisi suatu perusahaan.

h. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share (EPS) yaitu rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa serta calon pemegang saham sangat memperhatikan *earning per share* karena salah satu menjadi indikator keberhasilan dari suatu perusahaan.

i. Fungsi profitabilitas :

Untuk menarik kesimpulan yang berguna tentang tingkat laba (profitabilitas) sebuah perusahaan. Rasio profitabilitas mengungkapkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional yang dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan di mana sistem pencatatan kas kecil juga berpengaruh dalam pencatatan profitabilitas.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Setiap perusahaan selalu ingin memiliki ukuran perusahaan yang besar. Maka dari itu, ukuran perusahaan inilah yang menjadi nilai yang dapat digunakan untuk menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Marwah Noor (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah ukuran dari besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur berdasarkan pada total aktiva perusahaan serta dapat menentukan tingkat kemudahan untuk memperoleh dana yang berasal dari pasar modal dalam suatu perusahaan. Dalam hal ini ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan (*financial report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Menurut Astuti (2016) ukuran perusahaan merupakan ukuran dari besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai skala dan ukuran perusahaan yang dapat diukur berdasarkan pada total aktiva perusahaan yang dapat menentukan tingkat kemudahan untuk memperoleh dana yang berasal dari pasar modal dalam suatu perusahaan.

Ukuran perusahaan juga lebih disebabkan oleh ketersediaan informasi yang terpublikasi dan jumlah informasi yang terpublikasi semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah ukuran perusahaan. Perusahaan besar banyak di sorot oleh masyarakat karena perusahaan besar cenderung menjaga reputasi perusahaan tersebut. Untuk menjaga reputasi itu perusahaan akan berusaha menyampaikan laporan keuangannya secara tepat waktu.

Berdasarkan uraian di atas mengenai ukuran perusahaan, maka dapat disimpulkan bawasannya ukuran perusahaan ialah suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu perusahaan dimana telah terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti halnya banyaknya jumlah karyawan yang dapat digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar. Rumus yang biasanya digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan (*firm size*) adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran perusahaan (size)} = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian yaitu :

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Rachmawati (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	X1 :Profitabilitas X2 :Leverage X3 :Ukuran Perusahaan Y :Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian membuktikan secara empiris bahwa Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan
2	Astuti (2016)	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.	X1 :Profitabilitas X2 :Likuiditas Y :Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3	Thalib dan dewantoro (2017)	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	X1 :Profitabilitas X2 :Likuiditas Y :Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	Marwah Noor (2016)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.	X1 : Profitabilitas. X2 : Ukuran Perusahaan. Y : Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5	Suffah dan Ridwan (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage X3 : Ukuran Perusahaan X4 : Kebijakan Dividen Y : Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, Leverage, dan kebijakan dividen berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan

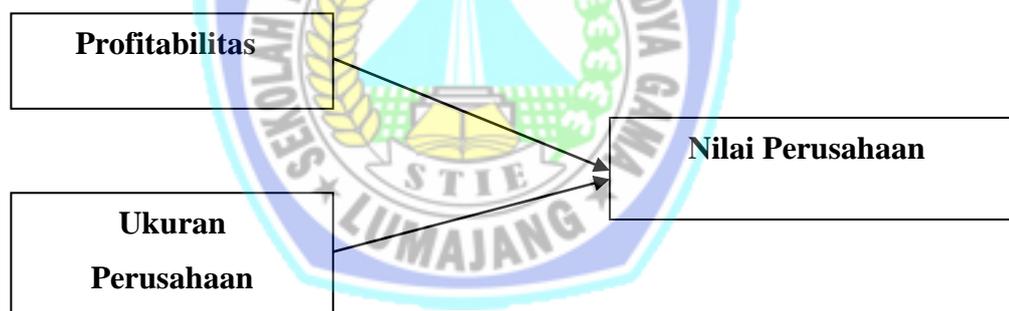
6	Nur Ikhsan (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan.	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage X4 : Ukuran Perusahaan X5 : Kebijakan Dividen Y : Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
---	-------------------	---	--	---

Sumber : Data Diolah, 2020

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pada uraian sebelumnya, variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi kerangka pemikiran yaitu, sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber : Diolah peneliti 2020

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan guna mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) yang terkait dengan penjualan, aset, dan ekuitas yang berdasarkan dari pengukuran tertentu. Jenis rasio profitabilitas ini dipakai guna memperlihatkan seberapa besar laba atau keuntungan yang dapat diperoleh dari kinerja suatu

perusahaan yang dapat mempengaruhi catatan laporan keuangan yang harus sesuai dengan standar akuntansi keuangan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2015) menyimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap nilai perusahaan dibandingkan oleh variabel lainnya (*leverage* dan ukuran perusahaan). Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan dalam memperoleh laba dalam suatu perusahaan. Demikian pula dengan penelitian Astuti (2016) menyatakan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba saat menjalankan operasinya. Sehingga perusahaan dengan nilai profitabilitas yang dapat meningkat dengan nilai perusahaan di mata para calon investor, sehingga para calon investor tertarik untuk menanamkan sahamnya di dalam perusahaan tersebut dalam jangka waktu lama. Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis :

H1 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam ukuran perusahaan ini menggambarkan besar kecilnya asset dalam suatu perusahaan yang dapat dilihat menggunakan rata-rata total penjualan. Keadaan dimana yang harus dikehendaki oleh suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan karena dapat menambah modal perusahaan itu sendiri. Maka dari keuntungan tersebut tingkat resiko bisnisnya akan rendah, berbeda pula dengan perusahaan yang berskala kecil akan memiliki tingkat resiko yang semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Marwah Noor (2016) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dimana semakin baik ukuran perusahaan maka akan diikuti semakin baiknya nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan besar kecilnya suatu perusahaan akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan investor sehingga akan mudah untuk mengakses masuknya ke pasar modal, Rachmawati (2015). Besarnya suatu perusahaan akan lebih mudah untuk mengakses masuk ke pasar modal, sehingga mudah untuk mendapatkan investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui harga sahamnya. Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis :

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

