

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signalling Theory*

Theory signalling mengatakan bahwasanya perusahaan berkualitas baik sengaja akan memberi sinyal kepada pasar yang berupa sebuah informasi, oleh karena itu pasar diharapkan dapat membedakan mana perusahaan yang berkualitas baik atau berkualitas buruk. Supaya sinyal tersebut efektif, maka dari itu harus dapat ditangkap pasar dan disajikan dengan baik, serta sulit untuk ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Sukoco, 2013).

Informasi adalah unsur yang penting bagi seorang investor atau pelaku bisnis, karena sebuah informasi pada hakekatnya menyediakan keterangan catatan atau gambar baik untuk masa lalu, sekarang, maupun masa depan bagi kelngsungan hidup suatu perusahaan serta bagaimana efek pasarnya sendiri. Informasi lengkap, relevan, akurat serta tepat waktu sangat diperlukan oleh seorang investor di pasar modal sebagai mata investor untuk melihat dan menganalisa untuk mengambil langkah yang baik.

Informasi yang di public sebagai suatu pengumuman akan memberikan sebuah sinyal bagi seorang investor untuk mengambil keputusan berinvestasi. Kalau pengumuman tersebut terdapat nilai yang belum diketahui oleh investor maka informasi tersebut akan dianalisis sehingga dapat menyimpulkan tersebut sebagai sinyal yang baik atau buruk.

Apabila informasi tersebut memberikan sebuah sinyal yang baik maka diharapkan pasar akan merespon dengan baik pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar yang responnya akan terlihat dari adanya perubahan tingkat penjualan sebuah saham (Sukoco, 2013). Informasi yang dapat dianalisa oleh seorang investor dapat dilihat dari berbagai sumber: seperti dari manajemen sebuah perusahaan yang memberikan atau mengeluarkan secara cuma-cuma informasi akuntansi sebuah perusahaan dalam bentuk laporan keuangan.

Teori signalling menjelaskan bahwasannya perusahaan melaporkan secara cuma-cuma ke pasar modal supaya investor berminat menginvestasikan dananya, manajer perusahaan akan memberikan sinyal berupa menyajikan laporan keuangan dengan baik supaya nilai saham dapat meningkat. Informasi lain yang bisa menjadi ukuran investor untuk menilai investasi, yaitu dari eksternal perusahaan yang berwujud kebijakan politik, keamanan suatu negara (berkaitan dengan keamanan investasi), kebijakan ekonomi, bencana alam dan sebagainya (Sukoco, 2013).

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga yang harus dibayar oleh calon investor apabila suatu perusahaan tersebut dijual. Tujuan normatif perusahaan yakni memaksimalkan kekayaan bagi pemilik saham. Memaksimalkan kemakmuran pemilik saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Sukma Mindra, 2016). Nilai perusahaan merupakan pandangan calon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sari & Abundanti, 2014). Harga saham yang tinggi membuat nilai

perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Hal ini dapat digunakan untuk mengacu pada harga penutupan (*closing price*) dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (AA Ngurah Dharma Adi Putra, 2019).

Manajer keuangan memiliki peran yang sangat penting didalam pengambilan keputusan keuangan yang nantinya bisa menjadi tujuan dari perusahaan tersebut. Keputusan keuangan yang tepat yang nantinya dapat memaksimalkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Faktor- faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016). Metode analisis *cash flow* merupakan salah satu yang dapat diterapkan oleh investor dalam menentukan nilai perusahaan apabila metode ini diterapkan dengan benar (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016). Metode ini juga dianggap akurat dalam menentukan nilai perusahaan, dikarenakan metode ini mencakup semua analisa informasi terkait dengan perusahaan.

Nilai perusahaan adalah keinginan bagi setiap pemilik perusahaan sebagai pemilik saham, dikarenakan dengan nilai perusahaan yang tinggi, maka dengan hal itu menunjukkan kemakmuran pemilik perusahaan yang tinggi. Menurut peneliti (Nurhayati, 2018) rasio nilai pasar memberi manajemen suatu indikator mengenai apa yang dipikirkan oleh pemilik saham tentang kinerja masa lalu dan

kinerja perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan juga dapat tercermin dari harga pasar per lembar saham perusahaan.

Didalam penilaian perusahaan terdapat unsur proyeksi, asuransi, perkiraan dan *judgement*. Berikut adalah beberapa konsep dasar penelitian:

- 1) Nilai ditentukan dalam satu waktu atau periode tertentu
- 2) Nilai harus ditentukan pada harga yang wajar
- 3) Penilaian tidak dipengaruhi sekelompok pembeli tertentu.

Secara umum terdapat banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penelitian dalam perusahaan, diantaranya sebagai berikut :

- a. pendekatan laba antara metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyek laba
- b. pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas
- c. pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen
- d. pendekatan aktiva antara lain metode penilain aktiva
- e. pendekatan harga saham, dan
- f. pendekatan *economic value added*.

Salah satu nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *Price to book value* (PBV). Rasio PBV adalah perbandingan antara nilai saham menurut pasar dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Dalam rasio PBV ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Menurut peneliti (Sukma Mindra, 2016) : Rasio PBV dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{price to book value (PBV)} = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

2.1.3 Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan alat analisis yang digunakan untuk membandingkan kumpulan angka pada suatu laporan keuangan dan digunakan untuk mengetahui nilai keuangan pada sebuah perusahaan dan kinerja manajemen dalam satu periode tertentu. Rasio keuangan dapat menggabungkan dugaan pada laporan keuangan. Dengan adanya kondisi yang seperti ini, laporan keuangan dan hasil operasi pada perusahaan dapat diterapkan dengan baik (Mukhtarova & Smith, 2014). Rasio keuangan dapat digunakan untuk melihat apakah ada penyimpangan dalam kinerja perusahaan yang dalam hal ini adalah aktivitas operasional perusahaan.

Rasio keuangan dapat digunakan untuk membandingkan risiko dan tingkat hasil dari berbagai perusahaan dalam membantu investor dan kreditor dalam membuat keputusan investasi dan kredit yang baik. Dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan, ada beberapa jenis rasio keuangan yang sering digunakan perusahaan menurut (Nakhar Nur Aisyah, Farida Titik Kristanti, 2017):

- (1) **Rasio likuiditas**, adalah rasio yang dapat menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dalam rasio ini digunakan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis resiko keuangan perusahaan.

- (2) **Rasio leverage**, adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Rasio ini dibutuhkan dalam hal kepentingan analisis resiko keuangan dan merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan total hutang dan total asset.
- (3) **Rasio aktivitas**, adalah rasio yang sering digunakan oleh sebuah perusahaan dalam kegiatan sehari-hari untuk mengukur tingkat efisiensi kemampuan perusahaan. Rasio ini juga dikenal dalam menilai efektivitas dan intensitas asset dalam perusahaan. Rasio *leverage* juga digunakan untuk mengukur penjualan yang dihasilkan perusahaan tersebut.
- (4) **Rasio Profitabilitas**, adalah rasio yang dapat menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba perusahaan dan rasio ini dapat digunakan untuk mengukur dan menilai kompensasi atas penggunaan aset. Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan penggunaan asset dalam perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Rasio ini juga dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni rasio tingkat pengembalian atas investasi dan rasio kinerja operasi.

2.1.4 Likuiditas

Menurut peneliti Rambe, dkk. (2015:49) menyatakan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban financial jangka pendeknya atau Current liabilities. Dengan menghubungkan jumlah kas dan aktiva lancar lain dengan kewajiban jangka pendek bisa memberikan ukuran yang mudah dan cepat dipergunakan dalam mengukur likuiditas. Dua rasio likuiditas yang umum di pergunakan yaitu current

ratio dan quick ratio. Jadi likuiditas merupakan salah satu faktor yang menentukan sukses atau kegagalan perusahaan. Penyediaan kebutuhan uang tunai dan sumber - sumber untuk memenuhi kebutuhan tersebut ikut menentukan sampai mana perusahaan itu memegang resiko. Dengan kata lain likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau utang yang segera harus dibayar dengan harta lancarnya.

Menurut S.Munawir (1995:31) rasio likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Rasio likuiditas terdiri dari rasio lancar (*current ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), dan rasio kas (*cash ratio*). Di bawah ini akan kami jelaskan mengenai cara menghitung rasio likuiditas.

1. Rasio lancar (*current ratio*) Rasio lancar (*current ratio*) merupakan cara penghitungan rasio likuiditas yang paling sederhana dibanding cara lainnya. Penghitungan ini dimaksudkan yaitu untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva perusahaan yang likuid pada saat ini atau aktiva lancar (*current asset*). Jenis aktivaini adalah aktiva yang dapat ditukarkan dengan kas dalam jangka waktu satu tahun. Rumus perhitungan *current ratio* yaitu :

$$\frac{\text{Aktiva lancar (current assets)}}{\text{hutang lancar(current liabilities)}}$$

2. Rasio cepat (*quick ratio*) Rasio cepat (*quick ratio*) yaitu penjelasan lebih lanjut dari current ratio. Penghitungan quick ratio ini hanya menggunakan aktiva

lancar yang paling likuid untuk dibandingkan dengan kewajiban lancar. Inventaris tidak termasuk ke dalam perhitungan quick ratio karena sulit untuk ditukar dengan kas, sehingga quick ratio jauh lebih ketat dari current ratio.

Rumus perhitungan *quick ratio* yaitu :

$$\frac{(\text{aktiva lancar} - \text{persediaan})}{\text{utang lancar}}$$

3 Rasio kas (*cash ratio*) *Cash ratio* merupakan cara penghitungan likuiditas yang melibatkan kas perusahaan. Manfaatnya mirip dengan current ratio dan quick ratio yaitu untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan menjadikan kas sebagai acuan. Rumus perhitungan cash ratio yaitu :

$$\frac{(\text{kas} + \text{surat berharga})}{\text{utang lancar}}$$

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah bentuk gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016). Ukuran profitabilitas terdapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva dan tingkat pengembalian ekuitas pemegang saham. Profitabilitas atau laba adalah pendapatan dikurangi beban dan kerugian dalam suatu periode tertentu. Analisis mengenai profitabilitas memang sangat dibutuhkan oleh para kreditor dan investor ekuitas. Bagi kreditor, laba merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman, Sedangkan bagi investor ekuitas, laba merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek. Hal yang paling

penting bagi perusahaan adalah bagaimana cara agar laba suatu perusahaan tersebut dapat memaksimalkan pemilik saham, bukan seberapa besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Profitabilitas dapat dilihat dari besar kecilnya perusahaan dalam memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Sari & Abundanti, 2014). Apabila perusahaan dapat menjadikan laba semakin meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari pemegang saham dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut.

Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang, dengan adanya hal ini maka perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya. Karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka nilai perusahaan tersebut akan lebih lebih terjamin.

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba. Tujuan para investor menanamkan saham pada sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh hasil investasi (*return*) yang diberikan. Jika dalam perusahaan kemampuan dalam memperoleh laba itu tinggi, maka semakin besar pula hasil investasi (*return*) yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan tersebut menjadi lebih baik.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki (Sukma Mindra, 2016). Namun menurut Kusumawati (Sukma Mindra, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada masa yang akan datang dan merupakan indikator keberhasilan dari sebuah operasi perusahaan.

Meningkatnya laba yang dihasilkan pada suatu perusahaan, maka hal tersebut akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu bekerja dengan baik dan dapat menciptakan respon yang baik dari para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Setiap perusahaan yang memiliki laba yang tinggi, maka perusahaan tersebut menunjukkan bahwa perusahaannya dapat mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode tertentu sehingga dapat menarik para investor untuk membeli saham kepada perusahaan tersebut (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016).

Profitabilitas merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas terdiri dari *profit margin*, *basic earning power*, *return on assets*, dan *return on equity*. Menurut (I Nyoman Agus Suwardika, 2017) *Return on equity* (ROE) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. ROE merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dari ekuitas. Semakin besar hasil ROE maka kinerja perusahaan semakin baik.

Profitabilitas dapat menunjukkan efisiensi dan efektivitas penggunaan aset perusahaan. Hal ini dikarenakan rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan penggunaan aset. Dengan adanya efektivitas dari penggunaan aset perusahaan, hal ini akan mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan demikian maka perusahaan akan memperoleh kecukupan dana dalam menjalankan usahanya.

Menurut (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016) profitabilitas dapat diukur dengan *return on investment* (ROI) dan *return on equity* (ROE). ROI merupakan tingkat pengembalian atas investasi perusahaan pada aktiva. ROI biasa disebut *return on asset* (ROA). Menurut (Analisa, 2011) Nilai ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Aktiva Perusahaan}}$$

ROA merupakan perbandingan laba bersih dengan jumlah aktiva atau aset perusahaan. Sedangkan ROE adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang akan diinvestasikan pemilik saham pada suatu perusahaan. ROE dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal yang dimiliki dalam perusahaan. ROE adalah rasio penting bagi investor dikarenakan rasio ini dapat menunjukkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal yang dilakukan oleh perusahaan.

Salah satu bagian dari profitabilitas dalam meningkatkan laba perusahaan adalah dengan menggunakan *Return on Asset*, yakni suatu ukuran atau *income* yang tersedia bagi pemegang perusahaan atas aset didalamnya. *Return on Equity*

adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tinggi *return on equity* maka semakin baik perusahaan tersebut. ROE dalam perusahaan dapat menghasilkan keuntungan, akan tetapi perusahaan juga meningkatkan profitabilitas, hal ini disebabkan laba bukan menjadi ukuran bagi perusahaan ini bekerja secara efisien (Sari & Abundanti, 2014).

Apabila ROE bernilai tinggi, maka semakin efisien penggunaan modal yang dilakukan suatu pihak manajemen perusahaan. Kenaikan ROE yang terjadi setiap tahunnya pada perusahaan menjadikan kenaikan laba bersih pada perusahaan tersebut. Indikator nilai perusahaan menjadi meningkat ditandai dengan kenaikan laba bersih suatu perusahaan yang mengakibatkan harga saham naik dalam nilai perusahaan. (Sukma Mindra, 2016) ROE dalam perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

kenaikan rasio ROE dari tahun ke tahun pada sebuah perusahaan terjadi apabila terjadi kenaikan laba bersih dari perusahaan tersebut. Terjadinya kenaikan ini dapat dijadikan indikator bahwa nilai perusahaan akan mengalami kenaikan karena naiknya laba bersih dari sebuah perusahaan tersebut mengakibatkan harga saham mengalami kenaikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai perbandingan-perbandingan dalam penelitian ini yang terangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Sukma Mindra, T.E (2016)	Pengaruh <i>Earning Per Share (Eps)</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011)	X1: EPS X2:Ukuran Perusahaan X3: Profitabilitas X4: <i>Leverage</i> Y4:Nilai perusahaan	Regresi Berganda	Membuktikan bahwa variabel <i>Earning Per Share (EPS)</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial, ukuran perusahaan dan profitabilitas berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Earning per share (EPS)</i> dan <i>leverage</i> memiliki dampak negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.
2	Gede Rudangga, I Dan	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas	X1: Ukuran perusahaan	Regresi berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh

	Merta Sudiarta. G (2016)	Terhadap Perusahaan	Nilai n	a	positif terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitasber pengaruh positif terhadap nilai perusahaan	
3	Novari, P Dan Lestari. P (2016)	Pengaruh Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Terhadap Perusahaan Sektor Properti Dan <i>Real Estate</i>	Ukuran Dan Nilai Pada	X1: Ukuran perusahaan X2: <i>Leverage</i> X3: Profitabilitas Y1: Nilai perusahaa n	Regresi berganda	Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan, <i>Leverage</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan, Dan Profitabilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.
4	Bulan Oktrima (2017)	Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (studi empiris: pt. Mayora indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015)		X1: Profitabilitas X2: Likuiditas X3: Struktur modal Y1: Nilai perusahaa n	Regresi Berganda	(1) Variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Variabel Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (3) Variabel Struktur Modal

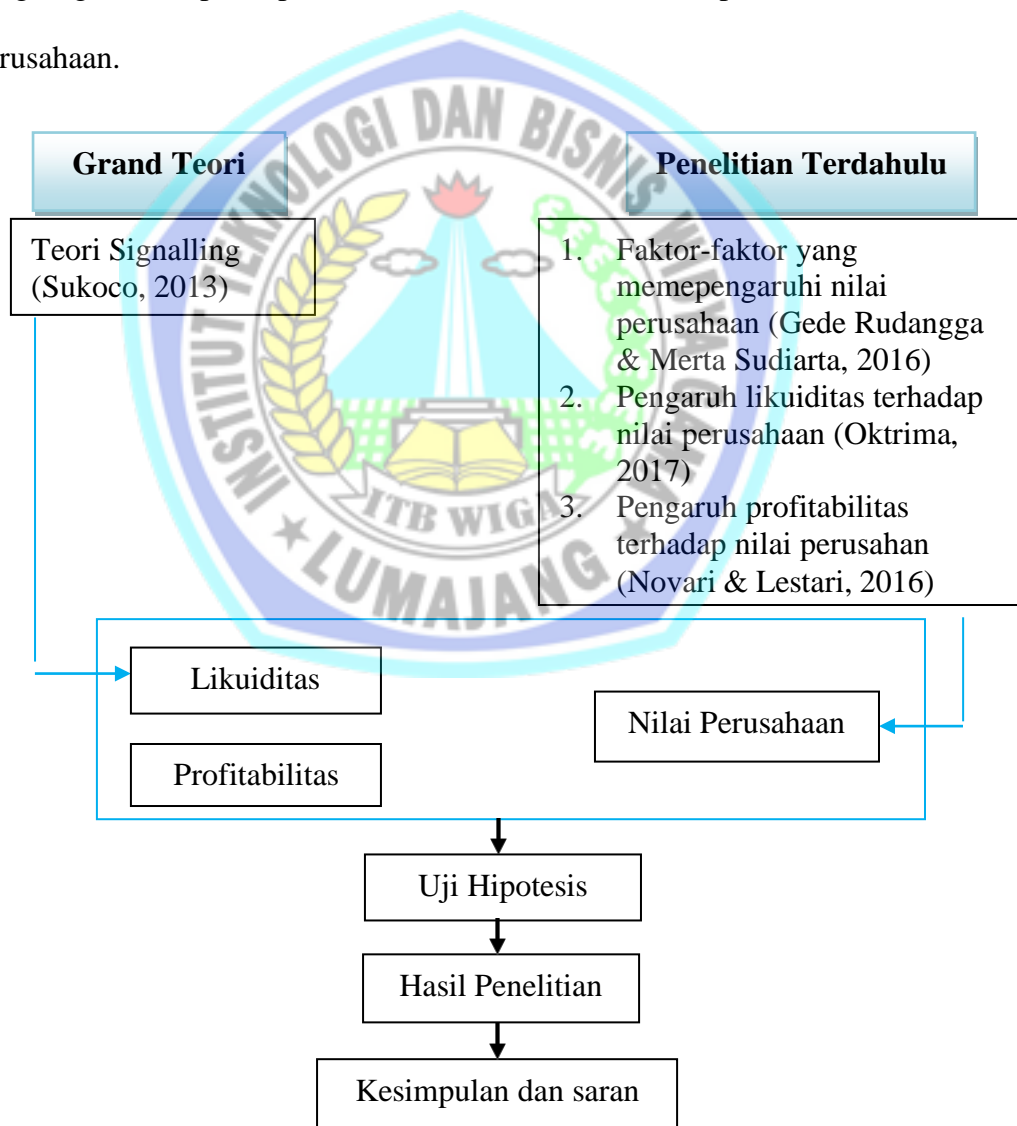
			N		tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (4) Variabel Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	
5	Prasetyorini, B.F (2013)	Pengaruh Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Price Earning Ratio</i> Dan Profitabilitas Terhadap Perusahaan	Ukuran Nilai	X1:Ukuran perusahaan X2: <i>Leverage</i> X3: <i>Price earning ratio</i> X4: Profitabilitas Y1: Nilai perusahaan	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , rasio perolehan harga dan profitabilitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dan secara parsial berpengaruh positif. Sementara, <i>leverage</i> menunjukkan bahwa tidak memengaruhi nilai perusahaan secara parsial..

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Kerangka Pemikiran

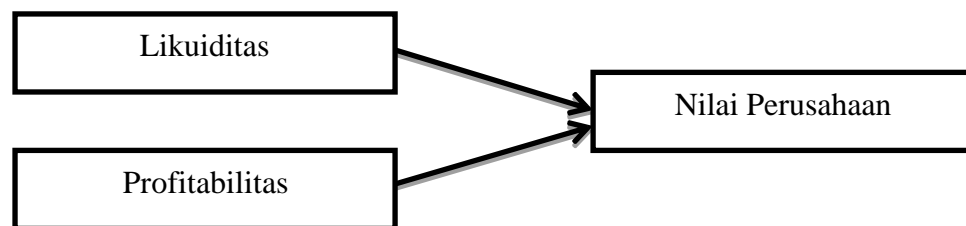
Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran juga menggambarkan alur pemikiran penelitian dan memberikan penjelasan kepada pembaca. Kerangka pemikiran ini disusun berdasarkan hasil pada telaah teoritis dan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti-peneliti lainnya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah likuiditas, profitabilitas, dan nilai perusahaan.



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

2.3.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat kerangka konseptual teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual
Sumber: Data Diolah Peneliti

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2005) dalam Nugroho (2012), likuiditas adalah suatu aktiva yang dapat diubah dalam ukuran satuan moneter untuk digunakan sebagai alat pembayaran yang paling lancar karena dapat diterima secara luas sebagai media pertukaran. Likuiditas perusahaan dianggap baik apabila perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu karena banyaknya dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. Perusahaan yang likuid cenderung menggunakan dana internal dalam kegiatan pendanaannya (Sartono, 2010). Hal ini dapat meningkatkan permintaan saham oleh investor sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Harga saham yang tinggi merupakan cerminan nilai perusahaan yang tinggi. Jadi ketika investor melihat tingkat likuiditas yang baik akan memberikan sinyal positif kepada perusahaan. Dengan demikian, likuiditas yang tinggi berarti saham perusahaan banyak diminati investor dan itu akan meningkatkannya nilai

perusahaan. Ini didukung oleh teori signal yang dimana sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Hal ini diperkuat dengan penelitian oleh Elfrisa Mautilia (2018) dan Ignatius Leonardus Lubis, Bonar M Sinaga, dan Hendro Sasongko (2017) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari pemaparan diatas di informasikan hipotesis:

H1: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Didirikannya sebuah perusahaan adalah dengan tujuan yang jelas yakni meningkatkan harga saham karena saham yang tinggi mencerminkan nilai suatu perusahaan (Prasetyorini, 2013). Agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan tercemin pada harga saham yang tinggi. Kekayaan perusahaan diprestasikan oleh harga saham yaitu, merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset. Jika harga saham meningkat maka semakin meningkat nilai perusahaan. Profitabilitas adalah salah satu cara untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dapat dihitung dengan ROA (*return on Asset*), yang mencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi investor.

Profitabilitas yang tinggi dapat mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi bagi investor. Apabila profitabilitas yang dimiliki sebuah perusahaan tinggi, hal itu akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Tingginya minat investor dalam menanamkan modal pada perusahaan dengan ROA yang tinggi, maka hal itu akan meningkatkan nilai saham (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016). Hubungan yang terjadi antara profitabilitas dengan harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dari pemaparan di atas diinformasikan hipotesis:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

