

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pendapat Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, dibutuhkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil dari penelitian sebelumnya yaitu:

Nugraha dan Alfarisi (2020) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan, likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Suffah dan Riduwan (2016) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan” hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, besar kecil ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Variabel kebijakan deviden berpengaruh positif pada nilai perusahaan, kenaikan pada tingkat deviden diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan karena deviden yang tinggi mampu mengembalikan modal investor.

Oktaviarni dkk (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, likuiditas, *Leverage*, Kebijakan Deviden dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor *Real Estate*, Properti, dan Kontruksi Bangunan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nandita dan Kusumawati (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Size*, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai

Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2012-2016)” dari hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, *size*, dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nurminda, dkk (2017) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas (ROE), *Leverage* (DER) dan Ukuran Perusahaan (Ln. Asset) berpengaruh simultan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Secara parsial profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Lasmana dan Ashariah (2019) dengan penelitian yang berjudul “Prediksi *Return Saham* Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikansi perbedaannya di antara perusahaan yang memiliki *return* positif dan *return* negatif pada periode (t-2) adalah Variabel *Current Assets to Total Assets*, *Operating Profit Margin*, *Return On Equity*, *Dividend* dan *Yield*. Sedangkan pada periode satu tahun sebelum *return* (t-1), signifikansi perbedaannya adalah *Gross Profit Margin*, *EBIT to Total Assets*, *Yield*, dan *Current Assets to Sales*.

Rakasiwi, ddk (2017) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Sales Growth*, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2015” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *Earnings Per Share*, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel *sales growth* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rai dan Merta (2016) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada Perusahaan Manufaktur” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa struktur modal dan kebijakan deviden berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Novari dan Lestari (2016) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan *Real Estate*” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Suryandani (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate*” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan keputusan investasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Rencana Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
Nugraha dan Alfarsi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen (X): 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Likuiditas 4. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Variabel profitabilitas dan variabel <i>leverage</i> menunjukkan adanya pengaruh positif. Sedangkan variabel likuiditas dan ukuran perusahaan menunjukkan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	1. Variabel Profitabilitas 2. Variabel <i>Leverage</i> 3. Variabel Ukuran Perusahaan	1. Objek dan waktu penelitian 2. Variabel Likuiditas
Suffah dan Riduwan (2016)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen (X): 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran Perusahaan 4. Kebijakan Deviden Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Variabel profitabilitas, kebijakan deviden dan <i>leverage</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan.	1. Variabel Profitabilitas 2. Variabel <i>Leverage</i> 3. Variabel Ukuran Perusahaan	1. Objek dan Waktu Penelitian 2. Variabel Kebijakan Deviden
Oktaviarni dkk (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> ,	Variabel Independen (X): 1. Profitabilitas	Variabel likuiditas, kebijakan deviden, dan ukuran perusahaan	1. Variabel Profitabilitas 2. Variabel	1. Variabel Likuiditas 2. Variabel

	Kebijakan Deviden, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor <i>Real Estate</i> , Properti, dan Kontruksi Bangunan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016)	2. Likuiditas 3. <i>Leverage</i> 4. Kebijakan Deviden 5. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	<i>Leverage</i> 3. Variabel Ukuran Perusahaan	Kebijakan Deviden 3. Objek dan Waktu Penelitian
Nanditadan Kusumawati (2018)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Size</i> , dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada BEI 2012-2016)	Variabel Independen (X): 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. <i>Size</i> 4. Kebijakan Deviden Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Variabel profitabilitas, <i>size</i> , dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	1. Variabel Profitabilitas 2. Variabel <i>Leverage</i>	1. Variabel <i>Size</i> 2. Objek dan Waktu Penelitian 3. Metode Pengumpulan Data 4. Variabel Kebijakan Deviden
Nurminda dkk (2017)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen (X): 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh simultan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusaha, <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan	1. Variabel <i>Leverage</i> 2. Variabel Profitabilitas 3. Variabel ukuran perusahaan	1. Objek dan Waktu Penelitian

			Variabel Moderasi (Z): Kebijakan Deviden	ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan		
Lasmana dan Ashariah (2019)	Prediksi Saham Perusahaan Pertambangan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Return</i> Pada Sektor yang Bursa	Variabel Independen (X): 1. Rasio Likuiditas 2. Rasio Leverage 3. Rasio Profitabilitas 4. Rasio Pasar 5. Rasio Aktivitas Variabel Dependen (Y) <i>Return</i> Saham kumulatif tahun 2017	Perusahaan yang memiliki <i>return</i> positif dan <i>return</i> negatif pada periode (t-2) adalah Variabel <i>Current Assets to Total Assets, Operating Profit Margin, Return On Equity, Dividend</i> dan <i>Yield</i> . Sedangkan pada periode satu tahun sebelum <i>return</i> (t-1), signifikansi perbedaannya adalah <i>Gross Profit Margin, EBIT to Total Assets, Yield, dan Current Assets to Sales</i>	1. Rasio Leverage (DER) 2. Rasio Profitabilitas (ROE) 3. Rasio Pasar (EPS)	1. Pendekatan Eksperimen 2. Analisis Data Menggunakan Multiple Discriminant Analysis 3. Variabel <i>Return</i> Saham
Rakasiwi dkk (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>SizeGrowth</i> , dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015)	EPS, dan Deviden Nilai Makanan yang Terdaftar di Bursa Indonesia	Variabel Independen (X): 1. EPS (<i>Earnings Per Share</i>) 2. Ukuran Perusahaan 3. Profitabilitas 4. <i>Leverage</i> 5. <i>Size Growth</i> 6. Kebijakan Deviden Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Variabel <i>Earnings Per Share, leverage</i> perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel <i>Sales Growth</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	1. Variabel Profitabilitas 2. Variabel Leverage 3. Variabel Ukuran Perusahaan	1. Variabel EPS 2. Variabel Kebijakan Deviden 3. Variabel <i>Size Growth</i>

Rai dan Merta (2016)	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur	Variabel Independen (X): 1. Struktur Modal 2. Kebijakan Deviden 3. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Struktur modal dan kebijakan deviden berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	1. Variabel Ukuran Perusahaan	1. Variabel struktur modal 2. Variabel kebijakan deviden 3. Objek dan waktu penelitian
Suryandani (2018)	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Sektor <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i>	Variabel Independen (X): 1. Pertumbuhan Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan 3. Keputusan Investasi Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan keputusan investasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara simltan bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Variabel Ukuran Perusahaan	1. Variabel Pertumbuhan Perusahaan 2. Keputusan Investasi 3. Objek dan Waktu Penelitian

Novari dan Lestari (2016)	Pengaruh Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Terhadap Perusahaan Sektor Properti dan <i>Real Estate</i>	Ukuran dan Nilai Pada	Variabel Independen (X): 1. Ukuran Perusahaan 2. Leverage 3. Profitabilitas\ Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> tidak berengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	1. Variabel Ukuran Perusahaan 2. Variabel <i>Leverage</i> 3. Variabel Profitabilitas	1. Objek dan Waktu Penelitian
---------------------------	--	-----------------------	--	--	--	-------------------------------

Sumber: Data Diolah (2021)

2.2 Tinjauan Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara principal dengan agen, hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah pada saat pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai tujuan yang berbeda, pemilik modal menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para pemilik modal, sedangkan manajer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer. Pihak principal adalah pihak yang memberikan manfaat kepada pihak lain, yaitu agen untuk melakukan semua kegiatan atas nama principal dalam kapasitasnya sebagai pengambil keputusan. Dengan demikian muncullah konflik kepentingan antara pemilik (investor) dengan manajer (agen). Pemilik lebih tertarik untuk memaksimalkan kompensasinya.

Indahningrum dan Handayani (2009) Kontrak yang dibuat antara pemilik dengan manajer diharapkan dapat meminimumkan konflik antar kedua kepentingan tersebut. *Agency Problem* akan terjadi bila proporsi kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang dari 100% sehingga manajer cenderung bertindak untuk mengejar kepentingan dirinya dan sudah tidak berdasarkan maksimalisasi nilai dalam keputusan pendanaan.

Dalam pengambilan keputusan pendanaan bagi perusahaan manajer harus berhati-hati karena keputusan ini dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Meningkatkan pendanaan dengan utang, peningkatan utang akan menurunkan besarnya konflik antara pemegang saham dan manajemen (*agency problem*). Keputusan pendanaan ini berkaitan dengan jumlah modal sendiri di dalam perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori ini dikemukakan oleh Spence (1973) yang mendefinisikan sinyal sebagai upaya pemberi informasi untuk menggambarkan masalah dengan akurat kepada pihak lain sehingga pihak lain tersebut bersedia untuk berinvestasi meskipun di bawah ketidakpastian. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan

bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. *Signalling Theory* menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi keputusan pihak di luar perusahaan, setiap perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya.

Tingkat hutang juga dapat diartikan investor sebagai sinyal ataupun informasi tentang kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajibannya di masa yang akan datang. Ketika rasio tingkat hutang pada laporan keuangan baik, hal tersebut mendapatkan penilaian yang baik dari pihak investor tentang kemampuan perusahaan membayar kewajibannya secara berkelanjutan. Sebaliknya, ketika rasio tingkat hutang pada laporan keuangan kurang baik, hal tersebut mendapat penilaian yang kurang baik dari pihak investor tentang kemampuan perusahaan membayar kewajibannya secara berkelanjutan.

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat keputusan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan semakin baik pengelolaan terhadap dana investasi. Hal tersebut sesuai dengan *signaling theory* dimana keputusan investasi dapat memberikan sinyal positif bagi para investor.

2.2.1 Pengertian Akuntansi

Marina, dkk (2017:4) Akuntansi dapat didefinisikan secara umum sebagai “proses identifikasi, pengukuran dan komunikasi informasi-informasi ekonomi untuk memungkinkan informasi penilaian oleh pengguna informasi”. Penyediaan informasi tentang kinerja keuangan entitas pelaporan dan posisi keuangan yang berguna untuk berbagai pengguna untuk menilai kepengurusan manajemen dan untuk membuat keputusan ekonomi.

Peran akuntansi adalah untuk melayani akuntabilitas manajemen terhadap pemilik (pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya) dari kekayaan atau aset bisnis karena pemisahan kepemilikan dan kontrol dari korporasi. Akuntansi dikaitkan dengan kebutuhan mereka dalam bisnis untuk menyimpan catatan

transaksi mereka, cara di mana mereka menginvestasikan kekayaan dan utang kepada mereka dan dengan mereka.

Sehingga bisa dikatakan bahwa akuntansi adalah suatu proses yang meliputi kegiatan pencatatan, pengelompokkan dalam satuan uang tertentu dan kemudian melaporkan kepada pihak yang berkepentingan sesuai dengan standar tertentu untuk pengambilan keputusan yang efektif.

Adapun ruang lingkup akuntansi divagi menurut pemakai laporan keuangan yang dihasilkan serta menurut tujuan penggunaan laporan yang dihasilkan, diantaranya adalah:

1. Akuntansi Keuangan
2. Akuntansi Manajerial
3. Akuntansi Perpajakan
4. Akuntansi Pemerintahan

Warren dkk (2014) Akuntansi dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Akuntansi merupakan proses pencatatan, pengklasifikasian, dan pengidentifikasian data keuangan yang kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk laporan keuangan.

Laporan keuangan dapat diartikan sebagai gambaran suatu perusahaan dalam satuan moneter. Informasi yang dihasilkan oleh akuntan berguna untuk semua pihak yang mempunyai kepentingan. Pembuat keputusan bukan hanya dari pihak internal manajemen saja, tetapi juga pihak eksternal perusahaan.

Effendi (2013:1) akuntansi merupakan proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisaran serta pelaporan informasi keuangan dalam ukuran moneter (uang) pada suatu perusahaan atau organisasi yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan dalam rangka pengambilan keputusan.

Marina (2017:5) Akuntansi Keuangan adalah komunikasi informasi tentang bisnis atau jenis lain dari organisasi (seperti amal atau pemerintahan) sehingga individu dapat menilai kesehatan dan prospek keuangan. Mungkin tidak ada satu kata yang lebih relevan dengan akuntansi keuangan dari informasi. Apakah itu adalah mengumpulkan informasi keuangan tentang sebuah organisasi

tertentu, menempatkan informasi yang menjadi struktur yang dirancang untuk meningkatkan komunikasi, atau bekerja untuk memahami informasi yang disampaikan, akuntansi keuangan berkaitan dengan informasi. Akuntansi keuangan memberikan aturan dan struktur untuk penyampaian informasi keuangan tentang bisnis (dan organisasi lain). Mengembangkan kemampuan untuk menganalisis informasi keuangan dan kemudian menggunakan pengetahuan itu untuk sampai pada keputusan penting.

Nurani dan Andrianto (2020:5) Akuntansi memegang peranan penting dalam entitas, hal ini disebabkan akuntansi merupakan bahasa bisnis. Akuntansi menghasilkan informasi yang menjelaskan kinerja keuangan entitas selama periode tertentu dan kondisi keuangan entitas pada waktu tertentu. Informasi akuntansi tersebut digunakan oleh *Stakeholder* dalam pengambilan keputusan entitas. Dan informasi keuangan yang dihasilkan dalam proses akuntansi disebut laporan keuangan.

2.2.2 Analisis Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir proses akuntansi yang disusun menurut prinsip-prinsip akuntansi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Proses akuntansi yang dimaksud meliputi proses pengumpulan dan pengolahan data akuntansi perusahaan tersebut dalam satu periode akuntansi. PSAK No. 1 (2015:1) laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan ini menampilkan sejarah entitas yang dikuantifikasi dalam nilai moneter.

Munawir (2010:35) menyebutkan bahwa analisis Laporan Keuangan adalah analisis laporan keuangan yang terdiri dari penelaahan atau mempelajari daripada hubungan dan tendensi atau kecenderungan (*trend*) untuk menentukan posisi keuangan dan hasil operasi serta perkembangan perusahaan yang bersangkutan. Kasmir (2013:66) analisis laporan keuangan adalah suatu proses analisis terhadap laporan keuangan dengan tujuan agar dapat mengetahui posisi keuangan perusahaan saat ini dan hasil analisis laporan keuangan juga akan memberikan informasi tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui kelemahan ini, manajemen akan dapat memperbaiki atau

menutupi kelemahan tersebut dan kekuatan yang dimiliki perusahaan harus dipertahankan atau bahkan ditingkatkan.

Dengan menganalisis laporan keuangan, seorang analis dapat menilai apakah manajer keuangan dapat merencanakan dan mengimplementasikan setiap tindakan secara konsisten dengan tujuan memakmurkan para pemegang saham.

Kasmir (2008:68) mengungkapkan bahwa ada beberapa tujuan dan manfaat analisis laporan keuangan, yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode.
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki.
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan ke depan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal.

2.2.3 Rasio Keuangan

Rasio Keuangan menurut Kasmir (2008:104) merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dari hasil rasio keuangan akan terlihat kondisi kesehatan perusahaan yang bersangkutan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi apakah perusahaan memiliki kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban finansialnya, besarnya piutang yang cukup rasional, efisiensi manajemen persediaan, perencanaan pengeluaran investasi yang baik, dan struktur modal yang sehat sehingga tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai (Andinata, 2010).

Kategori Analisis rasio keuangan menurut Kasmir (2008:106) antara lain Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*), Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) dan Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*).

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*) yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jangka pendek (<1 tahun) apabila jatuh tempo. Rasio ini menjadi perhatian para kreditur jangka pendek.

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Standar umum rata-rata industri minimal 200% (2:1) atau 2 kali, artinya dengan hasil rasio seperti itu, perusahaan sudah merasa berada di titik aman dalam jangka pendek.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*). Standar umum rata-rata industri adalah 100% (1:1) atau 1,5 kali dimana keadaan perusahaan lebih baik dari perusahaan lain.

Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak harus menjual persediaan bila hendak melunasi utang lancar, tetapi dapat menjual surat berharga atau penagihan piutang.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Efek} + \text{Piutang}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Standar umum rata-rata industri untuk rasio kas adalah 50% dimana keadaan perusahaan lebih baik dari perusahaan lain.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Efek}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang atau rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar

seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan/dilikuidasi.

Jenis-jenis Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*):

a. *Debt to Asset Ratio*

Rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Standar pengukuran rata-rata industri adalah 35%.

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Standar umum rata-rata industri sebesar 90%. Bila diatas rata-rata perusahaan dianggap kurang baik.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

c. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

$$\text{Long Term Deb to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3. Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) yaitu rasio untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan (penjualan, persediaan, penagihan piutang, dan lainnya) atau rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Jenis-jenis Rasio Aktivitas:

a. Perputaran Piutang (*Receivable Turn Over*)

Rasio untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Standar umum rata-rata industri untuk perputaran piutang adalah 15 kali.

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang}} \times 1 \text{ kali}$$

b. Perputaran Persediaan (*Inventory Turn Over*)

Rasio untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan (*inventory*) ini berputar dalam suatu periode. Standar umum rata-rata industri adalah 20 kali.

$$\text{Inventory Turnover Ratio (at market)} = \frac{\text{Sales}}{\text{Inventory}} \times 1 \text{ kali}$$

c. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn Over*)

Mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu. Standar rata-rata industri untuk perputaran modal kerja adalah 6 kali.

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Net Working Capital}} \times 1 \text{ kali}$$

d. Perputaran Total Aktiva (*Total Assets Turn Over*)

Mengukur semua perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva. Standar umum rata-rata industri untuk rasio ini adalah 2 kali.

$$\text{TATO} = \frac{\text{Penjualan (Sales)}}{\text{Total Aktiva}} \times 1 \text{ kali}$$

4. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) yaitu rasio untuk nilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas.

a. Profit Margin (*Profit Margin On Sales*)

Rasio ini juga dikenal dengan nama *profit margin*. Terdapat dua rums untuk mencari *profit margin*, yaitu:

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Penjualan Bersih-Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan. Standar umum rata-rata industri untuk *profit margin* adalah 30%.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After interest and Tax(EAIT)}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Standar umum rata-rata industri untuk *net profit* adalah 20%.

b. Hasil Pengembalian Investasi (*Return On Investment/ROI*)

Rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Standar umum rata-rata industri adalah 30%. Bila dibawah rata-rata maka keadaan perusahaan tidak baik, demikian pula sebaliknya.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

c. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity/ROE*)

Merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Standar umum rata-rata industri untuk ROE adalah 40%.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

d. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

2.2.4 Profitabilitas

Salah satu sasaran penting bagi organisasi yang berorientasi pada *profit oriented* adalah menghasilkan laba. Oleh karena itu, jumlah laba yang dihasilkan dapat dipakai sebagai salah satu alat ukur efektifitas, karena laba sendiri adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran.

Munawir (2010:70) profitabilitas sebagai berikut “Rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba. Untuk para pemegang saham, rasio ini menunjukkan tingkat penghasilan mereka dalam berinvestasi”.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan penggunaan modalnya (Fahmi, 2011:135). Sedangkan menurut Harahap (2010:35) profitabilitas adalah

kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/return on assets*) maupun modal sendiri (*return on equity*).

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Hasilnya, investor dapat melihat seberapa efisien perusahaan menggunakan aset dan dalam melakukan operasinya untuk menghasilkan keuntungan.

Rasio profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Kasmir (2013:197) menyatakan bahwa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, antara lain:

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

Sementara itu, manfaat rasio profitabilitas menurut Kasmir (2013:198) yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba perusahaan tahun sebelumnya dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dalam laporan keuangan terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tertentu.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu *Return On Assets (ROA)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

2.2.5 Leverage

Fahmi (2011:62) rasio *leverage* adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang sangat tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Maryam (2014) *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap.

Leverage juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko dan El-Wahid, 2011).

Kamsir (2008: 151) adapun jenis-jenis Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*):

1. *Debt to Asset Ratio*

Rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit perusahaan untuk memperoleh pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil

perusahaan dibiayai dengan utang. Standar pengukuran rata-rata industri adalah 35%.

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Standar umum rata-rata industri sebesar 90%. Bila di atas rata-rata perusahaan dianggap kurang baik.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2.2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar/kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya skala perusahaan. ukuran perusahaan dapat diukur oleh total aktiva (aset) perusahaan. Riyanto (2011:313) ukuran perusahaan adalah “ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan, atau nilai aktiva”. Klasifikasi ukuran perusahaan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dibagi ke dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 tahun 2008 Pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau

bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yaitu:

Tabel 2.2 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2.5M
Usaha Menengah	>500 Juta -10M	>2.5 M-50M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: Undang-Undang No. 20 tahun 2008

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah. Hartono (2015: 282) ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva

2.2.7 Nilai Perusahaan

Pakpahan (2010:211) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham (Seviando, 2014). Pengertian nilai perusahaan dicerminkan pada kekuatan tawar menawar saham. Apabila perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan yang mempunyai prospek pada masa yang akan datang, maka nilai sahamnya menjadi tinggi. Sebaliknya, apabila perusahaan dinilai kurang memiliki prospek maka harga saham menjadi rendah, Sunariyah (2003:54). Nilai perusahaan adalah nilai tambah bagi pemegang saham yang tercermin pada harga saham yang nantinya menjadi nilai unggul bagi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai pemegang saham (Astriani, 2014).

Harmono (2014:50) nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar yang merupakan refleksi penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Adapun penilaian perusahaan menurut Irham Fahmi (2015:138) adalah sebagai berikut:

1. *Earning Per Share* (EPS) adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

Adapun rumus *Earning Per Share* adalah:

$$\text{Pendapatan Per Lembar Saham} = \frac{\text{Pendapatan Setelah Pajak (Earning After Tax)}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

2. *Price Earnings Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham dengan *earning per share* (laba per lembar saham).

Bagi para investor semakin tinggi *Price Earnings Ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan. Adapun rumus *Price Earning Ratio* adalah:

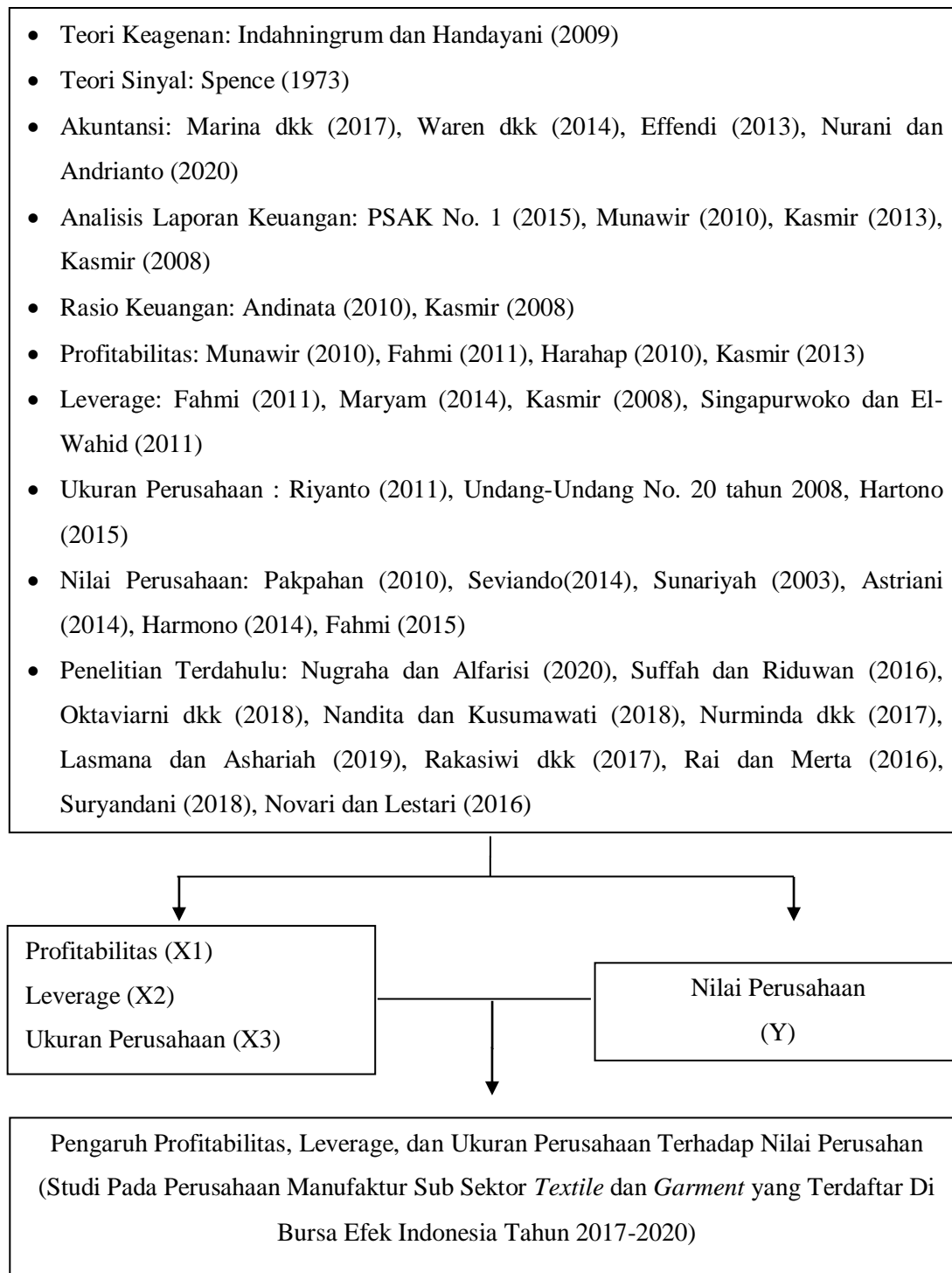
$$\text{Rasio Harga Terhadap Laba} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Laba Bersih Per Lembar Saham}}$$

3. *Price Book Value* (PBV) adalah rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan.

$$\text{Price to Book Value Ratio (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Uraian di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini, dapat dijelaskan dalam Gambar 2.1 berikut ini:



Sumber: Data Diolah (2021)

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting, karena untuk melangsungkan hidup suatu perusahaan dalam keadaan yang menguntungkan tanpa adanya keuntungan (profit) maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Selain itu, tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan (Rakasiwi dkk, 2017). Pertumbuhan profitabilitas menjadi salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan.

Penelitian Nandita dan Kusumawati (2018) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan artinya perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016), Oktaviarni dkk (2018), Yanti dan Abundanti (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut

H1: Diduga Profitabilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2 Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dapat dikatakan dalam kondisi baik apabila perusahaan dapat memenuhi kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh utang yang ada dengan menggunakan seluruh aset yang dimilikinya. Dalam hal ini investor perlu melihat apakah perusahaan sanggup untuk melunasi utang-utangnya atau tidak. Hal ini dapat mempengaruhi minat investor dalam menanamkan modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Astriani (2014) menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Abundanti (2019) menyebutkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, *Leverage* merupakan hal yang diperhatikan oleh investor sebelum berinvestasi. Semakin kecil *DER* maka

semakin baik kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam kondisi yang buruk. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

H2: Diduga Leverage Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.3 Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. bagi perusahaan yang memiliki total aset yang besar, pihak manajemen perusahaannya akan lebih mudah mempergunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah positif menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan juga akan meningkat pula. Pada penelitian Novari dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

H3: Diduga Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.4 Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu keputusan pendanaan, kebijakan deviden, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Nilai perusahaan menjadi peranan penting bagi perusahaan, karena nilai perusahaan menjadi acuan utama investor dalam memberikan saham.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan harga saham agar nilai perusahaan yang dimiliki suatu perusahaan tersebut menjadi lebih baik. Nilai perusahaan dianggap sebagai keadaan suatu perusahaan, jika nilai

perusahaan baik maka perusahaan tersebut dianggap baik dan jika nilai perusahaan buruk maka perusahaan dianggap buruk (Rakasiwi dkk, 2017). Anisyah dan Purwahandoko (2017) dan Kolamban dkk (2020) menyebutkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: Diduga Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan