

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Akuntansi

Akuntansi adalah proses indentifikasi, pencatatan, dan pengkomunikasian keadaan ekonomi suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Akuntansi merupakan satu kesatuan sistem informasi pemrosesan data sehingga menghasilkan laporan keuangan yang menggambarkan keadaan perusahaan. Berikut beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian akuntansi.

Menurut Kieso, et al. (2014:2) pengertian akuntansi adalah :

“Accounting consist of the three basic activities—it identifies, records, and communicates the economic events of an organization to interest users. A company identifies the economic events relevant to its business and then records those events in order to provide a history of financial activities. Recording consists of keeping a systematic, chronological diary of events, measured in dollar and cents. Finally, communicates the collected information to interest user by means accounting reports are called financial statement”.

Menurut Hans Kartika Hadi, dkk. (2016:3) pengertian akuntansi adalah :

“Suatu sistem informasi keuangan, yang bertujuan untuk menghasilkan dan melaporkan informasi yang relevan bagi berbagai pihak yang berkepentingan”.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah proses identifikasi, pencatatan, dan pengkomunikasian hasil akhir berupa laporan keuangan yang mencerminkan keadaan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

2.1.2 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan dapat diartikan sebagai bidang dari akuntansi yang berfokus pada keuangan seperti laporan keuangan. Berikut adalah beberapa pengertian akuntansi keuangan menurut para ahli :

Menurut Dwi Martani (2012:8) adalah :

“Akuntansi keuangan berorientasi pada laporan pihak eksternal. Beragamnya pihak eksternal dengantujuan spesifik bagi masing-masing pihak membuat pihak penyusun laporan keuangan menggunakan prinsip dan asumsi-asumsi dalam penyusunan laporan keuangan. Untuk itu diperlukan standar akuntansi yang dijadikan pedoman baik oleh penyusun maupun oleh pembaca laporan keuangan. Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*)”.

Menurut Kieso, Jerry J Weygandt dan Terry D. Warfield (2014:4) adalah :

“*Financial accounting is the process that culminates in the preparation of financial reports on the enterprise for use by both internal and external parties. Users of these financial reports include investors, creditors, managers, unions and government agencies*”.

Menurut *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA)

dalam Priyati (2013:1) adalah :

“Akuntansi adalah suatu kegiatan jasa. Fungsinya adalah menyediakan data kuantitatif, terutama yang mempunyai sifat keuangan, dari kesatuan usaha ekonomi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dalam memilih alternatif-alternatif dari suatu keadaan”.

Akuntansi menghasilkan informasi keuangan tentang sebuah entitas.

Informasi keuangan yang dihasilkan oleh proses akuntansi disebut laporan keuangan. Laporan keuangan dapat disusun berdasarkan standar merupakan bentuk laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*). Penyusunan laporan keuangan untuk tujuan umum dan ditujukan kepada pihak eksternal, merupakan bagian dari akuntansi keuangan.

2.1.3 Tujuan dan Fungsi Akuntansi Keuangan

Pengertian akuntansi keuangan sederhananya adalah sebagai bidang dari akuntansi yang berfokus pada keuangan seperti laporan keuangan. Adapun fungsi dari akuntansi keuangan menurut dwi martani (2012:15) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menghitung suatu laba maupun rugi yang sudah di dapat oleh suatu perusahaan.
2. Untuk memberikan suatu informasi yang dapat berguna untuk manajemen perusahaan.
3. Dapat membantu untuk menetapkan hak bagi masing-masing suatu pihak yang mempunyai suatu kepentingan dalam perusahaan, yaitu baik itu pihak internal maupun pihak eksternal.
4. Untuk mengawasi dan mengendalikan sumua macam kegiatan yang terjadi pada suatu perusahaan.
5. Untuk membantu suatu perusahaan dalam mencapai suatu targetnya yang sebelumnya sudah ditentukan.

Berikut adalah tujuan dari akuntansi keuangan menurut dwi martani (2012:16) :

1. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai suatu perubahan sumber ekonomi netto suatu perusahaan yang muncul dari suatu kegiatan dalam rangka mendapatkan laba.
2. Untuk memberikan suatu informasi yang terpercaya mengenai aktiva, kewajiban dan yang terakhir modal.
3. Untuk membuat para pemakai dalam memperkirakan suatu potensi perusahaan untuk menghasilkan laba.
4. Untuk memberikan informasi penting lainnya yang mengenai suatu perubahan sumber-sumber ekonomi & kewajiban yang seperti informasi mengenai aktivitas belanja.
5. Mengungkapkan suatu informasi lain yang berkaitan dengan suatu laporan keuangan yang relevan untuk suatu kebutuhan pemakai laporan keuangan.

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang besar. Keuntungan tersebut akan dipergunakan bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut harus mampu untuk memenuhi target

yang telah ditetapkan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting, karena untuk melangsungkan hidupnya suatu perusahaan harus berada 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. Bagi kreditor, laba merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan bagi investor ekuitas, laba merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek. Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, untuk itu diperlukan suatu alat untuk bisa menilainya.

Menurut (Sartono, 2012:122) profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.”

Menurut Martono dan Harjito (2012:19) pengertian profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan data tersebut”.

Menurut (Fahmi, 2015:135) pengertian profitabilitas adalah sebagai berikut :

“Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.”

Menurut Kasmir (2014:196) profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan. hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya dalam penggunaan rasio ini, menunjukkan efisiensi perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan maupun investasi. Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba bagi perusahaannya. Dengan demikian, perusahaan yang mampu menghasilkan laba akan cenderung tepat waktu dalam pelaporan keuangannya dibandingkan perusahaan yang mengalami kerugian.

Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan berkepentingan dengan analisa profitabilitas ini.

Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah diharapkan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen perusahaan tersebut kurang baik. Perusahaan yang mempunyai rugi atau tingkat profitabilitas rendah nantinya akan membawa dampak buruk dari reaksi pasar dan akan menyebabkan turunnya penilaian kinerja suatu perusahaan. perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan

keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik dan perusahaan yang mengalami berita baik cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat waktu.

Maka untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakanlah rasio profitabilitas yang akan dikenal juga dengan rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Dari uraian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas penjualannya guna agar memberikan informasi kepada para pemegang saham.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tujuan tersebut tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Dengan adanya rasio profitabilitas, pihak-pihak tersebut dapat mendapatkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar menurut Kasmir (2014:197) adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu 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. Manfaat lainnya.

Sementara itu, Manfaat yang diperoleh penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2014:198) adalah :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan 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 seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Manfaat lainnya.

2.1.4.3 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut Fahmi (2015:135) terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya :

1. *Gross Profit Margin* (Marjin Laba Kotor)

Rasio ini mengukur persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan (*sales*). Semakin baik *gross profit margin*, maka semakin baik operasional perusahaan. Tetapi perlu diperhatikan bahwa *gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begitu pula sebaliknya. *Gross profit margin* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$GPM = \frac{\text{Net Sales} - \text{Cost of Goods Sold}}{\text{Sales}}$$

Keterangan :

- *GPM* = *Gross Profit Margin*/Marjin Laba Kotor
- *Net Sales* = Penjualan Bersih
- *Cost of Goods Sold* = Harga Pokok Penjualan
- *Sales* = Penjualan

2. *Net Profit Margin* (Marjin Laba Bersih)

Rasio ini merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini yaitu penjualan yang sudah dikurangi dengan seluruh beban termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan. *Net Profit Margin* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Sales}}$$

Keterangan :

- *NPM* = *Net Profit Margin*/Marjin Laba Bersih
- *Earning After Tax* = Laba Setelah Pajak
- *Sales* = Penjualan

3. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri, artinya rasio ini mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. ROE dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Keterangan :

- *ROE* = *Return On Equity*
- *Earnings After Tax* = Laba Setelah Pajak

4. *Return On Assets/ Return On Investment* (ROA)/ROI

Rasio ini disebut juga dengan rasio *Return On Investment* (ROI). Rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan oleh perusahaan. Rasio ini digunakan untuk suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{EAT}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan :

- *Return On Assets* = ROA
- *Earnings After Tax* = Laba Setelah Pajak
- *Total Assets* = Total Aset

Berdasarkan uraian tersebut, Penilaian rasio profitabilitas yang dipakai oleh peneliti adalah ROE (*Return On Equity*). ROE ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham yang digunakan oleh manajemen suatu perusahaan.

Pengertian *Return On Equity* (ROE) Menurut Agus Sartono (2012:124)

adalah :

“ROE yaitu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecil utang perusahaan, apabila utang makin besar maka rasio ini juga akan makin membesar”.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:61) *Return On Equity* adalah :

“*Return on equity* sering disebut rentabilitas modal sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri”.

Adapun Menurut Kasmir (2014:204) *Return On Equity* adalah :

“Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas, modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Secara umum semakin tinggi *return* atau penghasilan yang diperoleh, maka semakin baik kedudukan perusahaan tersebut. Rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau sering disebut juga dengan rentabilitas perusahaan. *Return On Equity* (ROE) yang tinggi dan konsisten mengindikasikan perusahaan mempunyai suatu keunggulan yang tahan lama dalam persaingan. Investasi di dalam bentuk modal para pemegang saham akan tumbuh pada suatu tingkat pertumbuhan yang tinggi, sehingga akan mengarahkan kepada suatu harga saham yang tinggi di masa depan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam empat kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), perusahaan kecil (*small firm*), dan perusahaan mikro. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar dan kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang 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.

Menurut Jogiyanto (2013:282) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, Log size, nilai pasar saham, dan lain-lain)”.

Kurniah (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran Perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan”.

Kemudian menurut Bambang Rianto (2012:305) bahwa:

“Ukuran perusahaan (*Firm Size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan”.

Selanjutnya Andrie Kayobi dan Dessy Anggraeni (2015) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut: “Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut”.

Nurbaety (2013) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi, alasan yang berbeda yaitu:

1. “Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan-kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.

3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen”.

Ukuran perusahaan atau *firm size* cenderung mencerminkan penilaian pemegang saham atas keseluruhan aspek dari *financial performance* di masa lampau dan perkiraan dimasa yang akan datang. Semakin besarnya aset perusahaan akan membuat perusahaan memiliki kestabilan dalam kondisi keuangannya sehingga akan lebih mudah dalam memperoleh modal dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih rendah. Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah pengalaman dan kemampuan timbulnya suatu perusahaan yang mengidentifikasi kemampuan dan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan pada *stockholder* untuk meningkatkan kemakmuran mereka. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dan kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki probabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Pada sisi lain, perusahaan dengan skala kecil lebih fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian, karena perusahaan kecil lebih cepat bereaksi terhadap perubahan yang mendadak.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset maupun total penjualannya. Semakin besar total aset yang dimiliki maka menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan.

2.1.5.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

Menurut Pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 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 orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha 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 dengan 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.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut :

- 1). Kriteria usaha Mikro adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2). Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3). Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
- 4). Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

Berikut adalah tabel kriteria ukuran perusahaan pada Pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (Tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 M
Usaha Menengah	>500 Juta-10 M	2,5 M-50 M
Usaha Besar	>10 Milyar	>50 Milyar

Sumber: Pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

2.1.5.3 Metode pengukuran Ukuran Perusahaan

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan.

Menurut Werner R. Murhadi (2013) bahwa ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural* total asset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *Log Natural*, jumlah asset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah asset yang sesungguhnya.

Menurut Jogiyanto (2013:282) menyatakan bahwa :

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”. Nilai total asset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya. Untuk itu variabel asset diperhalus menjadi Log asset atau Ln Total Asset”.

Menurut Kurniasih (2012:150) dan Jogiyanto (2013:282) ukuran perusahaan diukur melalui :

$$(Size) = Ln (Total Asset)$$

Menurut Sartika (2012:37), Ukuran perusahaan “... diukur dengan logaritma natural (Ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data

yang tidak normal tersebut maka data total aktiva perlu di Ln kan". Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan rumus :

$$Size = Ln (Total Aktiva)$$

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.1.6 *Leverage*

2.1.6.1 *Pengertian Leverage*

Menurut Agus sartono (2012:120) bahwa :

"*Leverage* menunjukkan proksi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%".

Menurut Warren, Reeve et al (2014:174) menjelaskan mengenai *leverage* sebagai berikut :

"*Leverage is using debt to increase the return on an investment*".

Menurut Harjito dan martono (2014:315) bahwa :

"*Leverage* dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan *asset* dan sumber dana (*Sources of funds*) oleh perusahaan dimana dalam penggunaan *asset* atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap".

2.1.6.2 *Pengertian Rasio Leverage*

Menurut Kasmir (2014:151) bahwa :

"Rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya".

Menurut Keiso, Weygant, Warfield (2014:213) Rasio *leverage* bahwa :

“Ratio leverage is ratio that measures of degree of protection for longterm creditors and investors”.

Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland (2011:238) bahwa :

“Ratio that measures the extent to which the company’s have been financed by the use of debt”.

Menurut Irham fahmi (2015:127) bahwa :

“Rasio Leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang”.

Menurut Agus Harjito dan Martono (2014:53) bahwa :

”Leverage yaitu rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari utang (pinjaman)”.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa *leverage* digunakan untuk suatu perusahaan bukan hanya untuk membiayai aktiva serta menanggung beban tetapi melainkan juga memperbesar penghasilan. *Leverage* suatu perusahaan dapat diukur dengan membandingkan antara jumlah aktiva di satu pihak dengan jumlah hutang (baik jangka pendek maupun jangka panjang) di pihak lain. Dengan demikian *leverage* menunjukkan risiko yang akan dihadapi perusahaan berkaitan dengan hutang yang dimiliki perusahaan.

2.1.6.3 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Penggunaan rasio *leverage* yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi, namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* menurut

Kasmir (2014:153), di antaranya :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Adapun manfaat perusahaan menggunakan rasio *leverage* menurut Kasmir

(2014:154) diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.1.6.4 Metode Pengukuran Rasio *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2010:120) ada beberapa jenis rasio *leverage* yang

digunakan yaitu :

1. *Debt to Asset Ratio*
2. *Debt to Equity Ratio*
3. *Time Interest Earned Ratio*
4. *Fixed Charge Coverage*
5. *Debt Service Coverage*

Menurut Kasmir (2014:155) terdapat beberapa jenis rasio *leverage* yang sering digunakan perusahaan, adapun jenis-jenis rasio tersebut antara lain :

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Menurut Kasmir (2014:155) bahwa :

“Debt ratio merupakan utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva”. Rumus untuk mencari *Debt to asset ratio* sebagai berikut :

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan :

- *Total Liabilities* = Total Utang
- *Total Assets* = Total Aset

2. *Debt to Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2014:155) bahwa :

“*Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang”. Rumus untuk mencari *Debt to equity ratio* sebagai berikut :

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders' Equity}}$$

Keterangan :

- *Total Liabilities* = Total Utang
- *Total Shareholders' Equity* = Total Modal Sendiri

3. *Long term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

Menurut Kasmir (2014:155) bahwa :

“LTDtER merupakan 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”. Rumus untuk mencari *long term debt to equity ratio* sebagai berikut :

$$LTDtER = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

Keterangan :

- LTDtER = Long term Debt to Equity Ratio
- Long Term Debt = Utang jangka Panjang
- Equity = Modal

4. Times Interest Earned

Menurut Kasmir (2014:155) menjelaskan *Times Interest Earned Ratio* (TIE) adalah sebagai berikut :

“*Times Interest Earned Ratio* (TIE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang dengan laba sebelum bunga pajak. Secara implisit rasio ini menghitung besaran laba sebelum bunga dan pajak yang tersedia untuk menutup beban tetap bunga”. Rumus untuk mencari *Times Interest Earned* sebagai berikut :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Interest Expense}}$$

Keterangan :

- *Earnings Before Interest and Tax* (EBIT) = Laba sebelum bunga dan pajak
- *Interest Expense* = Beban Bunga

Interest Expense adalah biaya dana pinjaman pada periode yang berjalan yang memperhatikan pengeluaran uang dalam laporan rugi/laba.

5. Fixed Charge Coverage

Menurut Kasmir (2014:158) bahwa :

“*Fixed Charge Coverage* atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan koontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau

jangka panjang”. Rumus untuk mencari *Fixed Charge Coverage* sebagai berikut :

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EIBT} + \text{Sewa}}{\text{Interest Expense} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

Keterangan :

- EBIT = *Earnings Before Interest and Tax*
- *Interest Expense* = Beban Bunga

Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity*

Ratio (DER) yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.

Menurut Kasmir (2014:158) bahwa :

“Bagi bank (kreditor) emakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi diperusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva”.

Adapun rumus *Debt to Equity ratio* (DER) adalah :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders' Equity}}$$

Keterangan :

- *Total Liabilities* = Total Utang
- *Total Shareholders' Equity* = Total Modal Sendiri

2.1.7 Nilai Perusahaan

2.1.7.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Farah Margaretha (2011:5) bahwa :

“Nilai perusahaan adalah apabila perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, dan lingkungan usaha dan lain-lain)”.

Menurut Harmono (2011:50) bahwa :

“Nilai perusahaan merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil yang dapat diukur melalui harga saham dipasar”.

Menurut Irham fahmi (2015:82) bahwa :

“Nilai perusahaan yaitu Rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”.

Agus Sartono (2012:9) berpendapat tentang nilai perusahaan yaitu :

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Menurut I Made Sudana (2011:27) bahwa :

“Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang”.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai yang tercermin dan dapat diukur berdasarkan harga saham di pasar, dimana semakin tinggi nilai pasar atau harga saham maka akan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para *shareholder*.

2.1.7.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Jadi, semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Nilai

perusahaan juga dapat diukur dengan rasio nilai pasar. Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (irfan fahmi, 2015:82).

Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Irham Fahmi (2013:138) adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share (EPS)*
2. *Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba
3. *Price Book Value (PBV)*

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share (EPS)*

Investor tentu mengharapkan perusahaan besar yang sudah mapan akan menghasilkan *earning* positif atau keuntungan. Jika *earning* per kuartal naik maka harga saham perusahaan tersebut juga akan naik, dan sebaliknya. Penilaian *earning* selalu berupa perbandingan dengan data sebelumnya dalam suatu periode tertentu (misalnya per kuartal). Jadi jika sebuah perusahaan penerbit saham mengalami kerugian pada kuartal tertentu belum tentu harga sahamnya akan turun jika nilai kerugiannya lebih kecil dibandingkan kuartal sebelumnya.

Sebuah perusahaan yang mengalami kerugian selama beberapa tahun belum tentu harga sahamnya anjlok jika investor yakin akan prospek keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut di waktu yang akan datang. Jadi disamping *earning* saat ini (*earning actual*) ada juga *earning* yang diharapkan (*expectation earning*). Ada perusahaan yang *earning*-nya bagus tetapi sahamnya merosot karena *expectation earning*-nya tidak menjanjikan. *Earning* menunjukkan

pertumbuhan suatu perusahaan. Selain harga sahamnya yang naik, *earning* yang positif juga memungkinkan investor memperoleh deviden atau pembagian keuntungan perusahaan setelah harga sahamnya mencapai level tertentu. *Earning Per Share (EPS)* adalah keuntungan per lembar saham.

Menurut Kasmir (2010:116) *Earning Per Share (EPS)* adalah :

“Kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya”.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012:96) *Earning Per Share* adalah :

“Bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki”.

Menurut Irham Fahmi (2015:138) *Earning Per Share* dapat diukur melalui:

$$EPS = \frac{EAT}{JSB}$$

Keterangan:

- EPS = *Earning Per Share*
- EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah Pajak
- JSB = Jumlah Saham Yang Beredar

2. *Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba

Price Earning Ratio (PER) rasio harga terhadap laba adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang.

Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya bias karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut.

Menurut Eduardus Tandelilin (2010:320) *Price Earning Ratio* adalah :

“Rasio atau perbandingan antara harga saham terhadap *earning* perusahaan. Investor akan menghitung berapa kali *earning* yang tercermin dalam harga suatu saham”.

Menurut Reeve, (2010:336) *Price Earning Ratio* adalah :

“Rasio yang merupakan indicator bagi prospek pendapatan perusahaan di masa mendatang yang dihitung dengan cara membagi harga pasar per lembar saham biasa pada tanggal tertentu dengan laba per lembar tahunan”.

Sedangkan menurut Sudana (2011:23) *price earning ratio* adalah :

“Rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang tersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan”.

Menurut Irham Fahmi (2015:138) *Price Earning Ratio* dapat diukur melalui:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan :

- PER = *Price Earning Ratio*
- MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar Per Saham
- EPS = *Earning Per Share* atau Laba Per Saham

3. *Price Book Value (PBV)*

Price book value adalah perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*, investor hanya mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book value*-nya.

Menurut Farah Margareta (2011:27) *price Book Value (PBV)* adalah;

“*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan”.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012:83) *Price Book Value (PBV)* adalah :

“*Price Book Value* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya”.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value (PBV)* adalah :

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Keterangan:

- PBV = *Price Book Value*
- MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar Per Saham
- BPS = *Book Price Per Share* atau Nilai Buku Per Saham

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Price Book Value* dalam menentukan nilai perusahaan. Karena *Price Book Value* menggambarkan seberapa besar pasar

menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.7.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut Sutrisno (2012:5) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah:

- “1. Keputusan Investasi
2. Keputusan Pendanaan
3. Keputusan Deviden.”

Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan di masa depan. Keuntungan di masa depan diharapkan dari investasi tidak dapat diperkirakan secara pasti. Oleh karena itu, investasi akan mengandung risiko atau ketidakpastian. Risiko dan hasil yang diharapkan dari

investasi into akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan, kebijakan maupun nilai perusahaan.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering disebut sebagai kebijakan struktur modal, pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana ekonomis bagi perubahan guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

3. Keputusan Deviden

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan : (1) besarnya presentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk cash dividend, (2) stabilitas dividen yang dibagikan, (3) dividen saham (stock dividend), (4) pemecahan saham (stock split), serta (5) penarikan kembali saham yang beredar, yang semuanya ditunjukkan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Faktor-faktor diatas merupakan penunjang yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

2.1.7.4 Tujuan Memaksimumkan Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011:7) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik

perusahaan (*wealth of the stakeholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Menurut I Made Sudana (2011:7), memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih cepat sebagai tujuan perusahaan karena:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggungjawab sosial.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan, dapat dilihat pada tabel 2.2

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013)	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen – Struktur Modal – Profitabilitas – Ukuran Perusahaan	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan	– Struktur Modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan – Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan – Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Hestinoviana, V., Suhadak, &	Variabel Dependen : Firm Value	The Influence of Profitability,	– profitability (ROE), solvability

Lanjutan Tabel 2.3

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Handayani S.R. (2013)	Variabel Independen – Profitability – Solvability – Asset Growth – Sales Growth	Solvability, Asset Growth, and Sales Growth Toward Firm Value	(LTDER), asset growth, and sales growth simultaneously influence the firm value (Tobin's Q)
3	Dwita Ayu Rizqia, Siti Aisjah dan Sumiati. (2013)	Variabel Dependen : Firm Size Variabel Independen – Managerial Ownership – Financial leverage – Profitability – Investment Opportunity	Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Size.	– Financial Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
4	Eno Fuji Astriani (2014)	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen – Kepemilikan Manajerial – Leverage – Profitabilitas – Ukuran Perusahaan – Invesment Opportunity Set	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan <i>Invesment Opportunity Set</i> terhadap Nilai perusahaan	– Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Leverage, Invesment Opportunity Set berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan – Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
5	Dewi Ernawati (2015)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen – Profitabilitas – Leverage – Ukuran perusahaan	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan	– Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan – Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Roosiana Ayu Indah Sari (2016)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen – <i>Leverage</i> – Profitabilitas – <i>Size</i> – <i>Growth Opportunity</i>	Pengaruh <i>Leverage</i> , profitabilitas, <i>Size</i> , dan <i>Growth Opportunity</i> terhadap Nilai perusahaan	– Leverage berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan – Profitabilitas, <i>Size</i> , dan <i>Growth</i> berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan
7	Norma Hidayah (2016)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen – <i>Profitabilitas</i> – <i>Leverage</i> – <i>Kebijakan</i>	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan	– Profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan – Leverage berpengaruh

Lanjutan Tabel 2.3

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Deviden</i>		h negatif terhadap perusahaan
8	Dwi Damayanti (2016)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen – Struktur Modal – Profitabilitas – Ukuran Perusahaan – Kebijakan Dividen	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan	– Struktur Modal berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai perusahaan – Profitabilitas dan Kebijakan Dividen berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai perusahaan – Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan
9	I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen – Ukuran Perusahaan – Leverage dan – Profitabilitas	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	– Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
10	Faradilla Wily Rakasiwi dan Ari Pranaditya (2017)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: – EPS – Ukuran Perusahaan – Profitabilitas – Leverage – Sales Growth – Kebijakan Dividen	Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada industry makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	– EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan Kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber: Hasil Pengolahan peneliti, Review dari beberapa artikel/jurnal.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penyusunan paradigma penelitian dalam skripsi mengenai konsep yang diangkat oleh penulis yang berisi tentang variabel bebas (independen), baik tunggal maupun jamak dalam kaitannya dengan variabel

terikat (dependen). Sehingga hasil interpretasi variabel bebas (X) dapat mempengaruhi nilai variabel terikat (Y), perubahan nilai variabel dependen dimaksudkan agar dapat menemui titik cerah bagi peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186) :

“Nilai Perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Jika dikaitkan dengan profitabilitas, maka setiap perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan secara terus-menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

Menurut Agus Sartono (2012:122) profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen”.

Dengan melihat definisi diatas *Profit* atau laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Pada penelitian terdahulu membahas hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan mempunyai kaitan dengan penelitian ini diantaranya oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan mengemukakan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi profitabilitas (ROE) maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan tinggi. Nilai ROE yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari (2016) dengan judul pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan *real estate* mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin besar profitabilitas maka nilai perusahaan yang diperoleh juga semakin besar. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang cukup tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan. perusahaan meningkatkan laba, maka nilai perusahaan akan naik yang terlihat dari kenaikan harga sahamnya.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Bambang Riyanto (2012:305) menyatakan bahwa :

“Suatu perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan”.

Agus Sartono (2010:249) :

“Skala perusahaan: perusahaan besar yang sudah *well-established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula. Bukti empirik menyatakan bahwa skala perusahaan berhubungan positif dengan nilai buku perusahaan”.

Triningsih Sri Supriyati (2014) :

“Company with large total assets has reached a maturity stage where company has a positive cash flow and was considered to have good prospects in a relatively long period of time, but it also reflects that company relatively more stable better able to generate profits than firms with small total assets. Company value can be seen from several approaches. Balance sheet approach assumes that company value was value of its assets. This simple method sees company value from balance sheet. Large company has wider base of stakeholders. Policies of large enterprises will have greater effect on public interest than the smaller companies. For investors, company policy will have implications on cash flow outlook in future. Investors were more interested in company with good financial condition, so that investors will be attracted to make their investment, and effect on higher company value”.

Ukuran dari sebuah perusahaan juga ikut menentukan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan (Hermuningsih, 2013:233). Perusahaan besar lebih memiliki kepercayaan investor dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan

besar dianggap memiliki kondisi yang stabil. Sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan modal. Seperti yang diungkapkan Dewi dan Wirajaya (2013:360) semakin besar ukuran dan skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan (Pantow et al. 2015:962). Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai perusahaan.

Pada penelitian terdahulu membahas hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaandan mempunyai kaitan dengan penelitian ini diantaranya oleh Faradila Budi Setyoko (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sri Hartini (2017) dengan Judul Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan berupa citra positif perusahaan yang dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2014:151) menyatakan bahwa :

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Menurut Davis et al., (2005) dalam Dwita ayu rizqia (2013) bahwa :

“Financial leverage can become external monitoring tool in effort to achieve firm’s goal to maximize firm value by reducing managers opportunity to act contrary to shareholders interests. Besides as a monitoring tool, financial leverage may also provide a signal about firm’s performance and a tax deductible. During period of high investment growth, in addition to use internal funding, firm also use external funding in from of debt. This was done to improve monitoring activities to prevent managers use excess cash of firm (free cash flow) on activities that do not add value to firm or to invest excess cash in less profitable investment”.

kemudian menurut Irham Fahmi (2015:72) *leverage* adalah :

“Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun risiko *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, dimana total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya.

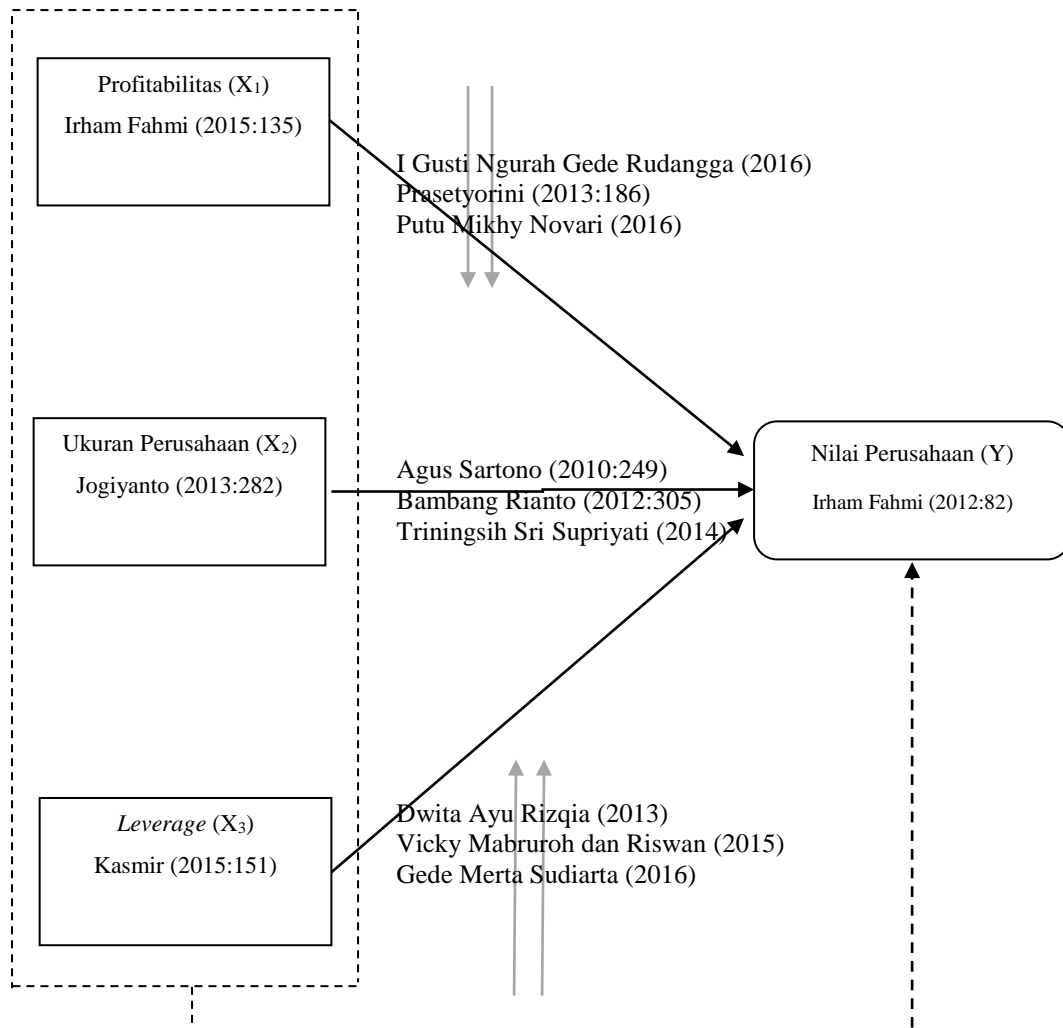
Pada penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dengan judul pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi *Leverage* maka semakin tinggi pula Nilai Perusahaan yang diperoleh. Penelitian ini menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan *food and beverages* sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula. Penggunaan *leverage* mampu

meningkatkan nilai perusahaan karena dalam penghitungan pajak, bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak.

Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Vicky Mabruroh dan Riswan (2015) dengan judul pengaruh *Price Earning Ratio*, *Leverage*, *Dividend Payout Ratio*, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar dalam Indeks LQ45 mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti jika *leverage* naik atau bertambah maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan. Sebaliknya jika *leverage* turun atau berkurang maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan” Maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

————— : Secara Parsial

----- : Secara Simultan

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru

berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban yang empirik dengan data (Sugiyono, 2013:96).

Untuk kesimpulan sementara terkait penelitian ini adalah:

Hipotesis 1 : “Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan”

Hipotesis 2 : “Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan”.

Hipotesis 3 : “Terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan”.

Hipotesis 4 : “Terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan”.