

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka menyajikan beberapa teori-teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian. Adapun kajian pustaka yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori *signalling* dijelaskan bahwa informasi laporan keuangan dan alat yang dinilai dari berbagai sudut pandang, yaitu keakuratan, relevan, kelengkapan informasi dan ketepatan waktu dalam perusahaan merupakan sinyal bagi investor, dalam keputusan berinvestasi. Sinyal yang diberikan perusahaan berupa informasi seperti laporan keuangan dan laporan keberlanjutan tahunan perusahaan terkait dengan upaya manajemen dalam mengelola perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Sinyal ini berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan X lebih baik daripada perusahaan Y atau perusahaan lainnya. Sinyal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut (Connelly et al. 2011) Teori sinyal yaitu untuk memodelkan sinyal keseimbangan secara formal, dia melakukannya dalam konteks pasar kerja. Suatu perusahaan terdorong untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak

eksternal dikarenakan adanya teori sinyal. Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan diterima oleh para pengguna laporan keuangan atau masing-masing pihak yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya asimetri informasi tersebut. Informasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi para investor.

Signalling theory didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan menerbitkan sejumlah besar pengungkapan dalam menunjukkan posisi superior mereka untuk menciptakan kesan positif di pasar (Healy and Palepu 2005). Perusahaan harus menyampaikan lebih banyak informasi kepada publik tentang kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial mereka untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai merek mereka (Ruhnke 2013). Apabila informasi tersebut positif, maka pasar akan bereaksi terhadap pengumuman tersebut sehingga terjadi perubahan dalam pasar terkait volume perdagangan saham (Sartono 2012). Perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar yang berupa informasi dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Mangginson 2012). Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Teori Sinyal adalah Sinyal yang diberikan oleh perusahaan kepada para investor berupa informasi seperti laporan keuangan dan laporan berkelanjutan tahunan perusahaan yang dapat dipercaya agar para investor dapat melihat gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dan para investor juga dapat membedakan perusahaan

yang berkualitas baik dan buruk dalam mengelola perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Berdasarkan teori sinyal yang digunakan dalam penelitian ini teori ini merupakan informasi seperti laporan keuangan yang diberikan oleh perusahaan kepada investor untuk melihat baik atau buruknya suatu perusahaan.

[Connelly (2011), Healy and Palepu (2005), Ruhnke (2013), Sartono (2013), Mangginson (2012)]

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan tersebut akan dipergunakan untuk keberlangsungan hidup perusahaan seperti pembiayaan operasional, kesejahteraan pemilik, karyawan, serta pemegang saham atau untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu perusahaan dituntut agar mampu memenuhi target dan tujuan yang telah ditetapkan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena untuk melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan tersebut, maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Profitabilitas adalah Suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva ataupun modal sendiri (Sartono 2012:122). Profitabilitas adalah Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir 2016:115). Kasmir

juga menyatakan bahwa profitabilitas memberikan ukuran kemampuan tingkat efektif suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut (Martono 2012:19).

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di 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 tersebut.

Adapun profitabilitas perusahaan dapat dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas seperti *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Return on Investment (ROI)*. Rasio profitabilitas yang berfungsi dan sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham adalah *ROA* atau *ROI*. *ROA* atau *ROI* digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ignatius Leonardus Lubis 2017).

Pengertian rasio profitabilitas adalah Rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. (Fahmi 2015:135)

Pengertian profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono 2012:122). Pengertian profitabilitas adalah rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.(Kasmir 2016:196)

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan yang ditujukan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Variabel Profitabilitas dipilih dalam penelitian ini karena variabel ini bertujuan untuk melihat bagaimana kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang dapat menarik investor untuk berinvestasi kepada perusahaan.

[Kasmir (2016), Sartono (2012), Martono (2012), Ignatius Leonardus Lubis et al, (2017), Fahmi (2015)].

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal saja seperti pemilik perusahaan dan manajemen, 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 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. (Kasmir 2016:197)

Manfaat yang diperoleh penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan 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. (Kasmir 2016:198)

2.1.2.3 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan dalam mengukur tingkat keuntungan atau profitabilitas perusahaan berdasarkan sumber daya yang dimilikinya. Analisis profitabilitas ini sangat berguna khususnya bagi *investor* jangka panjang misalnya untuk melihat keuntungan yang akan diterimanya dalam bentuk deviden.

Secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*.
2. *Return on Investment (ROI)*.
3. *Return on Equity (ROE)*.
4. *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)*. (Kasmir 2016:115)

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan Jenis-jenis rasio profitabilitas

Sebagai berikut:

1. Profit margin (*profit margin on sale*)

Profit Margin on Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.

Terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut.

- a. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

- b. Untuk margin laba bersih dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. Hasil Pengembalian Investasi (*Return on Investment* / ROI)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *return on investment* (ROI) atau *return on assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Disamping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, semikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan

Rumus untuk mencari *return on investment* dapat digunakan sebagai berikut:

Return on investment (ROI)

$$= \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Asset}}$$

3. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on equity* / ROE)

Hasil pengembalian ekuitas (*return on equity*) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya

Rumus untuk mencari *return on equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Shares Of Common Stock*)

Rasio laba per lembar saham atau 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. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi.

Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas.

Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

Dari beberapa jenis pengukuran rasio Profitabilitas diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan *Return on Asset/Return on Investment* (ROA/ROI) dalam menentukan tingkat Profitabilitas. Karena rasio ini sering digunakan para analisis dan para investor untuk melihat seberapa baik kinerja perusahaan.

Tabel 2.1
Rasio Profitabilitas yang digunakan oleh penelitian terdahulu

No	Nama Penelitian	Profit Margin	ROA	ROE	ESCS
1	Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati (2020)			✓	
2	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019)			✓	
3	Ni Ketut Ping Purnama Sari, I Gede Kajeng Baskara (2019)		✓		
4	Rafi Dima Putra, Rilla Gantino (2021)			✓	
5	Nurul Mufidah, Sri Utiyati (2021)		✓		
6	Markonah, Agus Salim, Johanna Franciska (2020)		✓		
7	Rizky Adhitya Nugraha, Mohammad Fany Alfarisi (2020)		✓		
8	Yucy Ariska, Catur Fatchu Ukhriyawati (2021)			✓	
9	Maria Stevania Nini Soge, Ignatius Oki Dewa Brata (2020)		✓		
10	Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem (2019)			✓	
11	Rizqia Muharramah, Mohamad Zulman Hakim (2020)		✓		
12	Muhammad Fadhlillah Firdaus, Vaya Julinia Dillak, Khairunnisa (2019)			✓	
13	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujiati (2021)		✓		
14	Indra Wilianto Putra, Marjam Mangantar, Victoria N. Untu (2021)		✓		
15	Dhian Andanarini Minar Savitri, Dian Kurnia Sari, Amos Mbliyoya (2021)		✓		

2.1.3 *Leverage*

2.1.3.1 *Pengertian Leverage*

Untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana selalu dibutuhkan untuk menutupi seluruh atau sebagian dari biaya yang diperlukan, baik dana jangka pendek maupun jangka panjang. Dana juga dibutuhkan untuk melakukan ekspansi atau perluasan usaha atau investasi baru. Artinya di dalam perusahaan harus selalu tersedia dana dalam jumlah tertentu sehingga tersedia pada saat dibutuhkan.

Hal ini, merupakan tugas manajer keuanganlah yang bertugas memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yang dapat digunakan. Pemilihan sumber dana ini tergantung dari tujuan, syarat-syarat, keuntungan, dan kemampuan perusahaan tentunya. Sumber-sumber dana secara garis besar dapat diperoleh dari modal sendiri dan pinjaman (bank atau lembaga keuangan lainnya). Perusahaan dapat memilih dana dari salah satu sumber tersebut atau kombinasi dari keduanya.

Istilah *leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap didalamnya (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka berarti bahwa tingkat ketidakpastian dari *return* yang diperoleh akan semakin tinggi pula. Tingkat *leverage* bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya atau dari satu periode ke periode berikutnya. Tetapi yang jelas, semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat *return* atau penghasilan yang diharapkan

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya (Sartono 2012:114). Pengertian 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. (Fahmi 2015:127)

Pengertian rasio *leverage* adalah merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang akan ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya (Kasmir 2016:151). Pengertian rasio *leverage* adalah Menyatakan bahwa rasio solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Dengan kata lain, rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan dalam rangka pemenuhan aset. (Hery 2015:190)

Pengertian rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian. Rasio ini dapat digunakan untuk melihat seberapa resiko keuangan perusahaan (Harahap 2015:306). *Leverage* merupakan Rasio yang menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%.(Sartono 2012:120)

Berdasarkan definisi-definisi di atas sampai pada pemahaman penulis bahwa *leverage* adalah rasio yang menunjukkan seberapa besat utang digunakan untuk membiayai aktiva perusahaan. Penggunaan utang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena akan masuk kedalam *extreme leverage*, yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit melepaskan beban utang yang layak diambil dan darimana sumber dapat dipakai untuk membayar

utang. Variabel *leverage* dipilih dalam penelitian ini karena memiliki tujuan untuk mengetahui apakah perusahaan mampu dalam menjalankan kegiatan perusahaan dan melunasi kewajiban aset yang dimiliki. Karena investor harus memastikan apakah perusahaan dapat memenuhi kewajibannya karena hal ini dapat mempengaruhi keputusan investor dalam melakukan investasi di perusahaan.

[Sartono (2012), Fahmi (2015), Kasmir (2016), Hery (2015), Harahap (2015)]

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat rasio Leverage

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi. Namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan.

Menurut Kasmir (2016:153-154) tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
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 oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur seberapa 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.

Menurut Kasmir (2016:153-154) manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

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

2.1.3.3 Metode Pengukuran Rasio Leverage

Terdapat beberapa metode pengukuran untuk mengukur tingkat *leverage* suatu perusahaan. Biasanya penggunaan rasio *leverage* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio *leverage* secara keseluruhan atau sebagian dari rasio *leverage* yang ada.

Jenis-jenis rasio *leverage* yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan (Kasmir 2016:155-162).Sebagai berikut :

1. *Debt to asset ratio (Debt Ratio)*

Debt ratio merupakan rasio 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. Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan 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 untuk menilai baik tidaknya rasio perusahaan, digunakan rasio rata-rata industri yang sejenis.

Rumus untuk mencari *debt ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total Asset}}$$

Keterangan:

- Total *debt* = Total Utang
- Total *Asset* = Total Aset

2. *Debt to equity ratio*

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang”.

Debt to equity ratio untuk setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memiliki rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil.

Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut:

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Utang (debt)}}{\text{Ekuitas (equity)}}$$

3. *Long term debt to equity ratio (LTDRtER)*

LTDRtER 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* adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$LTDRtER = \frac{\text{Long term debt}}{\text{equity}}$$

4. *Times interest earned*

Jumlah kali perolehan bunga atau *times interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunnya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari pada kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju kearah failed semakin besar.

Secara umum semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dan dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor. Demikian pula sebaliknya apabila rasiomya rendah, semakain rendah pula kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan biaya lainnya. Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk membayar bunga pinjaman tidak dipengaruhi oleh pajak.

Rumus untuk mencari *times interest earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\text{Times interest earned} = \frac{\text{Earning Before interest and tax (EBIT)}}{\text{Biaya bunga (Interest)}}$$

Atau

$$\text{Times interest earned} = \frac{\text{Earning before tax (EBT)} + \text{biaya bunga}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

5. *Fixed charge coverage (FCC)*

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 kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari *fixed charge coverage* (FCC) adalah sebagai berikut:

$$\text{fixed charge coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{biaya bunga} + \text{kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga} + \text{kewajiban sewa/Lease}}$$

Keterangan:

EBT = Earning before tax

Berdasarkan pengukuran rasio *Leverage* diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dalam menentukan tingkat *leverage*. Karena rasio ini sering digunakan para analisis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham.

Tabel 2.2
Rasio *Leverage* yang digunakan oleh penelitian terdahulu

NO	Nama Peneliti	DAR	DER	LTDRtER	TIE	FCC
1	Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati (2020)		✓			
2	Ni Ketut Ping Purnama Sari, I Gede Kajeng Baskara (2019)		✓			
3	Rafi Dima Putra, Rilla Gantino (2021)		✓			
4	Nurul Mufidah, Sri Utiyati (2021)	✓				
5	Markonah Markonah, Agus Salim, Johanna Franciska (2020)		✓			
6	Rizky Adhitya Nugraha, Mohammad Fany Alfarisi (2020)		✓			
7	Yucy Ariska, Catur Fatchu Ukhriyawati (2021)		✓			
8	Maria Stevania Nini Soge, Ignatius Oki Dewa Brata (2020)		✓			
9	Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem (2019)	✓				
10	Rizqia Muharramah, Mohamad Zulman Hakim (2020)		✓			
11	Indra Wilianto Putra, Marjam Mangantar, Victoria N. Untu (2021)		✓			
12	Muhammad Fadhlillah Firdaus, Vaya Julinia Dillak, Khairunnisa (2019)		✓			

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva (Sigit dalam Hana Tiara 2012:2). Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan, atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar akan membuat harga saham perusahaan berada pada posisi kuat dan penguatan pada besarnya ukuran perusahaan akan membuat harga saham yang bersangkutan menguat di pasar modal. Semakin banyak *investor* yang berminat untuk membeli saham perusahaan yang berukuran besar maka harga saham akan naik dan *return* saham juga akan meningkat.

Ukuran perusahaan dijadikan indikator yang digunakan *investor* dalam menilai aset maupun kinerja perusahaan (Kusumawardhani 2018). Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva (*asset*) dan total penjualan (*net sales*) yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran perusahaan bertujuan untuk membedakan secara kuantitatif antara perusahaan besar (*large firm*) dengan perusahaan kecil (*small firm*). Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan manajemen untuk mengoperasikan perusahaan dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapinya. Pada akhirnya, kemampuan untuk mengoperasikan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi pendapatan sahamnya.

Adapun ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008. Peraturan tersebut menjelaskan empat jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran tersebut antara lain:

- a. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,-.
- b. Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- sampai Rp.500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,- sampai dengan Rp.2.500.000.000,-.
- c. Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.500.000.000,- sampai Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.2.500.000.000,- sampai dengan Rp.50.000.000.000,-.
- d. Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.50.000.000.000,-.

Berdasarkan uraian-uraian tentang ukuran perusahaan di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan, dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktifitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan jumlah aset yang dimiliki perusahaan.

[Sigit dalam Hana Tiara (2012), Kusumawardhani (2018)].

2.1.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil 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.

Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis:

1. Perusahaan Besar
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.
2. Perusahaan Menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp.1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
3. Perusahaan Kecil
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

Tabel 2.3
Kriteria Ukuran Perusahaan

<i>Small Bussiness</i>	<i>Employment Size</i>	<i>Assets Size</i>	<i>Sales Size</i>
<i>Family Size</i>	1-4	<i>Under \$100.00</i>	<i>\$100.00-500.00</i>
<i>Small</i>	5-19	<i>\$100.00-500.00</i>	<i>\$500.00-1 Million</i>
<i>Medium</i>	20-99	<i>\$500.00-5 Million</i>	<i>\$1 Million-10 Million</i>
<i>Large</i>	100-499	<i>\$ 5-25 million</i>	<i>\$10 Million- 50 Million</i>

Sumber: *Small Bussiness Administration (Restuwulan, 2013)*

Sedangkan di Indonesia perusahaan diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil diatur dalam Pasal 1 Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor KEP-11/PM/1997:

“Perusahaan Menengah atau Kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang Memiliki jumlah kekayaan (total assets) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).”

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan kecil atau menengah adalah perusahaan yang memiliki jumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah). Sebaliknya perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).

2.1.4.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan *log of total assets* (Widianto 2011). *Log of total assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan antara ukuran perusahaan yang besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus yang secara sistematis dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Ukuran Perusahaan} &= \text{Total Aktiva} \\ \text{Size} &= \text{Logarithm natural (Ln) of total Assets} \end{aligned}$$

Sumber: Widiyanto (2011)

Menurut PSAK Nomor 1 (2007 :10) yang dimaksud dengan aset adalah:

"Segala manfaat ekonomi yang mengandung potensi dalam suatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Mungkin pula berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas, seperti penurunan biaya akibat proses produksi alternatif."

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham itu sendiri. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia di bayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan (Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012:6). Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai Tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat (Sartono 2012:9).

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 (Brigham Gapensi dalam Prasetyorini 2013:186). Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membelisaham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham (Fahmi 2015:139).

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa nilai perusahaan adalah persepsi atau pandangan investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Secara normatif memiliki tujuan keputusan keuangan untuk memaksimumkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan *indicator* nilai perusahaan”. (Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012:6)

2.1.5.2 Tujuan Memaksimumkan Nilai Perusahaan

Teori-teori di bidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimumkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (Sudana 2011:7). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimumkan nilai pasar perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaksimumkan nilai perusahaan sama dengan

memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

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

2.1.5.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut ratio penilaian. Rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada pemegang saham (Sutrisno 2009). *Ratio* ini memberikan pemahaman terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Metode penilaian perusahaan dalam beberapa pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *Price Earning Ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba.
2. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas.
3. Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen.
4. Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva.
5. Pendekatan harga saham.
6. Pendekatan *Economic Value Added* (EVA). (Suharli 2006)

Beberapa metode dan teknik penilaian perusahaan tersebut, jika disesuaikan dengan tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan yang erat hubungannya dengan memakmurkan para pemegang saham, maka metode yang digunakan pada umumnya yaitu pendekatan harga saham. Karena harga pasar saham mencerminkan nilai perusahaan, dengan demikian jika nilai suatu

perusahaan meningkat, harga pasar saham perusahaan tersebut juga akan naik (Sudana 2011:143)).

Rasio harga saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan (Bringham, Eugene F dan Weston 2015:151). Perusahaan dipandang baik oleh investor yang artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan, dijual dengan rasio nilai buku yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengembalian yang rendah.

Adapun jenis-jenis pengukuran rasio (Fahmi 2015:83). Sebagai berikut:

1. *Earning Per Share (EPS)*

Para pemegang saham mengharapkan perusahaan besar akan menghasilkan *earning* positif atau keuntungan. Penilaian *earning* selalu berupa perbandingan dengan data sebelumnya dalam suatu periode tertentu.

Earning Per Share dapat diukur dengan Rumus Sebagai Berikut :

$$EPS = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

Keterangan:

- EPS = *Earning Per Share*
- Earning After tax = pendapatan setelah laba

(Fahmi 2015:138)

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

Price Earning Ratio (PER) atau Ratio Harga 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 dimasa mendatang.

Price Earning Ratio dapat diukur dengan Rumus Sebagai Berikut:

$$PER = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning After Tax}}$$

Keterangan:

- PER = Price Earning Ratio
- *Market Price Per Share* = Harga pasar per saham
- *Earning After Tax* = Laba Per Saham

(Fahmi 2015:138)

3. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value merupakan ratio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ratio nilai pasar atau nilai buku (PBV) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Price Per Share}}$$

Keterangan:

- PBV = Price Book Value
- *Market Price Per Share* = Harga Pasar per saham
- *Book Price Per Share* = Nilai buku per saham

(Fahmi 2015:138)

Berdasarkan pengukuran rasio nilai perusahaan diatas peneliti ini 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.

Berdasarkan pengukuran Nilai Perusahaan diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan *Price Book Value* dalam menentukan tingkat Nilai Perusahaan. Karena rasio ini sering digunakan oleh para analisis.

Tabel 2.4
Rasio Nilai Perusahaan yang digunakan oleh penelitian terdahulu

NO	Nama Peneliti	EPS	PER	PBV
1	Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati (2020)			✓
2	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019)			✓
3	Ni Ketut Ping Purnama Sari, I Gede Kajeng Baskara (2019)			✓
4	Rafi Dima Putra, Rilla Gantino (2021)			✓
5	Nurul Mufidah, Sri Utiyati (2021)			✓
6	Markonah, Agus Salim, Johanna Franciska (2020)			✓
7	Rizky Adhitya Nugraha, Mohammad Fany Alfarisi (2020)			✓
8	Yucy Ariska, Catur Fatchu Ukhriyawati (2021)			✓
9	Maria Stevania Nini Soge, Ignatius Oki Dewa Brata (2020)			✓
10	Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem (2019)			✓
11	Rizqia Muharramah, Mohamad Zulman Hakim (2020)			✓
12	Muhammad Fadhilillah Firdaus, Vaya Julinia Dillak, Khairunnisa (2019)			✓
13	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujiati (2021)			✓
14	Indra Wilianto Putra, Marjam Mangantar, Victoria N. Untu (2021)			✓
15	Dhian Andanarini Minar Savitri, Dian Kurnia Sari, Amos Mbliyoya (2021)			✓

2.1.5.4 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Penelitian ini berhubungan dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini akan mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Ruang lingkup dalam penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu

berkaitan dengan nilai perusahaan. Namun objek yang berbeda mengakibatkan beberapa hasil berbeda pula. Berikut merupakan penelitian terdahulu:

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati (2020)	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan leverage terhadap Nilai Perusahaan, CSR sebagai pemoderasi	Profitabilitas dan <i>Leverage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan semakin tinggi rasio profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dikarenakan semakin tinggi rasio leverage maka kemampuan untuk membayar hutang semakin tinggi sehingga dapat mengurangi risiko yang akan dihadapi dimasa depan dan mampu menarik investor untuk berinvestasi.
2	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019)	Pengaruh Struktur Modal ukuran perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai	Profitabilitas	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai

		Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia		perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3	Ni Ketut Ping Purnama Sari, I Gede Kajeng Baskara (2019)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Economic Value Added terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Profitabilitas, <i>Leverage</i>	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4	Rafi Dima Putra, Rilla Gantino (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa: profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>leverage</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Nurul Mufidah, Sri Utiyati (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa: Profitabilitas menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh

		Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019		<p>terhadap nilai perusahaan.</p> <p><i>Leverage</i> mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan, apabila nilai aset suatu perusahaan besar maka dapat menggambarkan kinerja operasional yang baik dan perusahaan akan mengalami pertumbuhan yang baik sehingga dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi yang berdampak pada peningkatan atau kenaikan nilai perusahaan.</p>
6	Markonah Markonah, Agus Salim, Johanna Franciska (2020)	<i>Effect Of Profitability, Leverage, And Liquidity To The Firm Value</i>	<i>Profitability, Leverage,</i>	<i>Profitability ratio is the ratio to assess the ability of companies in the search for profit. The leverage ratio used in this research is Debt to Equity Ratio. Firm Value</i>
7	Rizky Adhitya Nugraha, Mohammad Fany Alfarisi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan	<p>Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang mempengaruhi nilai perusahaan.</p> <p><i>Leverage</i> yang dilakukan perusahaan akan berdampak respon negatif dari pihak eksternal.</p> <p>ukuran perusahaan adalah salah satu tolak ukur dalam</p>

				mengukur nilai perusahaan yang dapat dilihat dari sisi seberapa besar equity (modal), sales (penjualan) dan aset perusahaan.
8	Yucy Ariska, Catur Fatchu Ukhriyawati (2021)	Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i>	Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan prospek perusahaan yang lebih baik, sehingga akan menciptakan sentimen positif bagi pemegang saham dan nilai perusahaan akan meningkat <i>leverage</i> akan semakin tinggi resiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat retron atau penghasilan yang diharapkan.
9	Maria Stevania Nini Soge, Ignatius Oki Dewa Brata (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10	Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem (2019)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11	Rizqia Muharramah, Mohama	Pengukuran Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan	Profitabilitas berpengaruh positif

	d Zulman Hakim (2020)	Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan	terhadap nilai perusahaan <i>Leverage</i> berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
12	Muhammad Fadhlillah Firdaus, Vaya Julinia Dillak, Khairunnisa (2019)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
13	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujiati (2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
14	Indra Wilianto Putra, Marjam Mangantar, Victoria N.Untu (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
15	Dhian Andanarini Minar Savitri, Dian Kurnia Sari, Amos Mbliyoya (2021)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.2 Kerangka Pemikiran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan, sedangkan variabel lain digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan. Perusahaan yang telah go public pada umumnya ingin meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu cara perusahaan untuk menarik perhatian investor karena semakin tinggi profitabilitas maka investor semakin tertarik untuk investasi di perusahaan tersebut.

Selanjutnya akan dijelaskan pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Teori Sinyal yang merupakan tindakan manajemen dari suatu perusahaan untuk memberikan informasi yang sama terhadap investor memiliki hubungan dengan profitabilitas yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh oleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui tentang prospek kedepannya mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya.

Semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham perusahaan. Adanya peningkatan per lembar saham akan membuat investor tertarik untuk menanam modal dengan membeli saham

perusahaan, maka dari itu tingginya profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Ratio profitabilitas akan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Harmono (2011:111) menyatakan bahwa:

“Nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan bahwa kinerja fundamental perusahaan yang di proksikan dengan dimensi profitabilitas perusahaan memiliki hubungan kualitas terhadap nilai perusahaan.”

Maka dapat dipastikan bahwa semakin tinggi rasio ini adalah semakin baik karena laba yang akan diperoleh juga akan semakin besar, sehingga kemakmuran para pemegang saham.

Hasil penelitian sebelumnya yang sudah terbukti bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan sejalan dengan teori profitabilitas adalah penelitian yang dilakukan oleh Tumanan & Ratnawati (2020), Ramdhonah, Solikin & Sari (2019), Sari & Baskara (2019), Putra & Gantino (2021), Mufidah & Utiyati (2021), Nugraha & Alfarisi (2020), Ariska, Ukhriyawati (2021), Soge & Brata (2020), Rachmawati & Pinem (2019), Firdaus, Dillak & Kharunnisa (2019), Iman, Sari & Pujiati (2021), Putra, Mangantar & Untu (2021). Penelitian tersebut menemukan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan kegiatan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, maka akan semakin besar kemampuan perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Teori Sinyal merupakan tindakan manajemen dari suatu perusahaan untuk memberikan informasi yang sama terhadap investor memiliki hubungan dengan *Leverage* yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat hutang yang diperoleh oleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui tentang prospek kedepannya mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya.

Tingkat *leverage* memperlihatkan nilai utang suatu perusahaan, perusahaan yang memiliki tingkat utangnya yang rendah akan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena para investor menilai bahwa perusahaan yang memiliki tingkat utang yang rendah maka perusahaan tidak memiliki kewajiban, sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang sudah terbukti bahwa *Leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan sejalan dengan teori *Leverage* adalah penelitian yang dilakukan oleh Tumanan & Ratnawati (2020), Sari & Baskara (2019), Putra & Gantino (2021), Mufidah & Utiyati (2021), Nugraha & Alfarisi (2020), Ariska, Ukhriyawati (2021), Soge & Brata (2020), Rachmawati & Pinem (2019), Putra, Mangantar & Untu (2021). Penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang yang kecil dan mampu melunasi utang-utang dapat dikatakan bahwa perusahaan sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula.

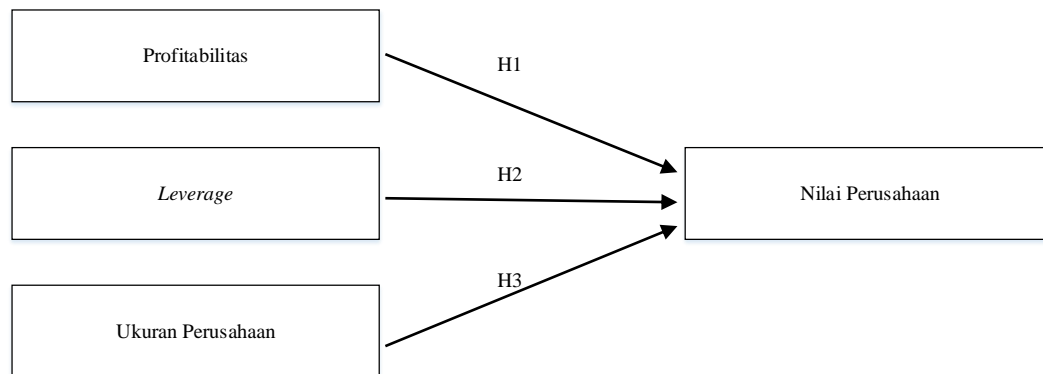
2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Teori Sinyal merupakan tindakan manajemen dari suatu perusahaan untuk memberikan informasi yang sama terhadap investor memiliki hubungan dengan Ukuran Perusahaan yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat Ukuran Perusahaan yang diperoleh oleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui tentang prospek kedepannya mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan, apabila nilai aset suatu perusahaan besar maka dapat menggambarkan kinerja operasional yang baik dan perusahaan akan mengalami pertumbuhan yang baik sehingga dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi yang berdampak pada peningkatan atau kenaikan nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang sudah terbukti bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan sejalan dengan teori Ukuran Perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Putra & Gantino (2021), Mufidah & Utiyati (2021), Nugraha & Alfarisi (2020), Soge & Brata (2020), Rachmawati & Pinem (2019), Muharramah & Hakim (2020), Firdaus, dillak & Kharunnisa (2019), Putra, Mangantar&Untu (2021). Penelitian tersebut menemukan hasil bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. bahwa besar kecilnya perusahaan mencerminkan baiknya nilai perusahaan bagi investor.

Dari uraian diatas yang telah dikemukakan, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. (Sugiyono 2021:99)

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis sementara yang diajukan penulis terkait dengan profitabilitas, *leverage*, dan Ukuran Perusahaan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

H1= Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

H2= Leverage Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan

H3= Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

