

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Rasio Aktivitas

2.1.1.1 Pengertian Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset-asetnya secara efektif dan efisien (Rinnaya *et al*, 2016).

Menurut Kasmir (2019:174) rasio aktivitas merupakan:

“Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Atau dapat pula dikatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan.”

Menurut Brigham dan Houston (2019:111) rasio aktivitas yaitu:

“... *measure how effectively the firm is managing its assets.*”

Rasio aktivitas merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana sumber daya yang digunakan secara optimal untuk mengetahui tingkat efisiensi perusahaan yang berpengaruh pada nilai perusahaan (Tobing dan Niadiyasti, 2020).

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaat sumber daya perusahaan (penjualan, persediaan, penagihan piutang dan lainnya) atau menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari (Kurniawati dan Idayati, 2021).

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, sampai pada pemahaman penulis bahwa rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur penggunaan sumber daya perusahaan (aktiva) yang dimilikinya secara maksimal (efektif dan efisien) dalam menjalankan aktivitas sehari-hari untuk memperoleh hasil yang maksimal.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas dalam penggunaannya memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Berikut beberapa tujuan penggunaan rasio aktivitas menurut Kasmir (2019:175-177) yaitu:

- “ 1. Mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Menghitung hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*), dimana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Menghitung berapa hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang.
4. Mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan (*working capital turn over*).
5. Mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
6. Mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Disamping tujuan yang ingin dicapai diatas, terdapat beberapa manfaat dari rasio aktivitas, yaitu:

1. Dalam bidang piutang
 - a. Perusahaan atau manajemen dapat mengetahui berapa lama piutang mampu ditagih selama satu periode. Kemudian manajemen juga dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Dengan demikian dapat diketahui efektif atau tidaknya kegiatan perusahaan dalam bidang penagihan.

- b. Manajemen dapat mengetahui jumlah hari dalam rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*) sehingga manajemen dapat pula mengetahui jumlah hari piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
2. Dalam bidang sediaan
Manajemen dapat mengetahui hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang. Hasil ini dibandingkan dengan target yang telah ditentukan atau rata-rata industri. Kemudian perusahaan dapat pula membandingkan hasil ini dengan pengukuran rasio beberapa periode yang lalu.
 3. Dalam bidang modal kerja dan penjualan
Manajemen dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau dengan kata lain, berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan.
 4. Dalam bidang aktiva dan penjualan
 - a. Manajemen dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
 - b. Manajemen dapat mengetahui penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan dalam suatu periode tertentu.”

2.1.1.3 Metode Pengukuran Rasio Aktivitas

Menurut Kasmir (2019:178-188) ada beberapa jenis rasio aktivitas yaitu:

- “ 1. Perputaran Piutang (*Receivable Turn Over*)
Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Perputaran Sediaan (*Inventory Turn Over*)
Perputaran sediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam sediaan (*inventory*) ini berputar dalam suatu periode.
3. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn Over*)
Perputaran modal kerja atau *working capital turn over* merupakan rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu.
4. *Fixed Asset Turn Over*
Fixed asset turn over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Atau dengan kata lain, untuk mengukur apakah perusahaan sudah menggunakan kapasitas aktiva tetap sepenuhnya atau belum.

5. *Total Asset Turn Over*

Total asset turn over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva.”

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Rasio aktivitas menggambarkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola aktiva sehingga rasio aktivitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif (Rinnaya *et al*, 2016). Semakin tinggi tingkat aktivitas yang ada pada perusahaan maka akan semakin besar aliran kas yang diterima perusahaan berarti semakin efektif dalam mengelola aktivitas transaksi yang ada di perusahaan (Thendi, 2018).

Metode pengukuran rasio aktivitas dalam penelitian ini diproksikan *Total Asset Turn Over* (TATO) karena TATO mengukur efektivitas penggunaan dana pada seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasio ini maka akan semakin baik perusahaan tersebut. TATO yang semakin besar akan menunjukkan nilai penjualan yang semakin besar, penggunaan aset yang semakin efisien dan harapan untuk memperoleh laba pun semakin besar sehingga nilai perusahaan akan semakin tinggi (Kay & Pamungkas, 2022).

2.1.2 Rasio Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Kay dan Pamungkas, 2022).

Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas merupakan:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan 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.”

Brigham dan Houston (2019:118) mengartikan rasio profitabilitas yaitu:

“A group of ratios that show the combined effects of liquidity, asset management, and debt on operating results”.

Rasio profitabilitas merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan para pemilik saham dan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Thendi, 2018).

Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan (Lase *et al*, 2019).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas normal bisnisnya dan/atau mengukur efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2019:199-200) yaitu:

- “ 1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Adapun manfaat yang diperoleh adalah untuk:

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 dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.”

2.1.2.3 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019:201-209) ada beberapa jenis rasio profitabilitas yaitu:

“1. *Profit Margin on Sales*

Profit margin on sales atau *ratio profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

2. Hasil Pengembalian Investasi (*Return On Investment*)

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

$$ROA = \frac{EAT}{Total\ aktiva} \times 100\%$$

3. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*)

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

4. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning Per Share 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.”

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diproksikan *Return On Asset* (ROA) karena rasio ini memberikan gambaran keuntungan yang diperoleh perusahaan dari setiap rupiah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Widiastari dan Yasa (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan ROA dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat *return* investasi yang tinggi sehingga menjadi sinyal bagi investor yang akan meningkatkan harga saham perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh Kurniawati dan Idayati (2021) yang menyatakan bahwa semakin besar ROA suatu perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aktiva yang akan meningkatkan penjualan, dimana hal tersebut akan menjadi sinyal bagi investor untuk berinvestasi yang akan meningkatkan harga saham, dimana hal tersebut akan menaikkan nilai perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan memberikan gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode dan juga mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan (Cahyani dan Wirawati, 2019).

Ukuran perusahaan menurut Brigham dan Houston (2019:4) adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya berdasarkan total aktiva, total penjualan, nilai saham dan sebagainya (Widiastari dan Yasa, 2018).

Ukuran perusahaan yaitu besarnya skala perusahaan yang dikur dengan aset yang dimilikinya (Dwita dan Kurniawan, 2019).

Berdasarkan pengertian tersebut, disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah perbandingan besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan total aset perusahaan, nilai pasar saham, *log size*, dan lain-lain serta menggambarkan kemampuan finansial perusahaan dalam periode tertentu.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan

Berdasarkan Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Atau memiliki penjualan lebih dari Rp 50.000.000.000 miliar per tahun.
2. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp 1.000.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Atau memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp 1.000.000.000 dan kurang dari Rp 50.000.000.000.
3. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp 1.000.000.000 per tahun.

2.1.3.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Brigham dan Houston (2019:53-54) menyatakan :

“...ukuran perusahaan, semakin besar perusahaan akan semakin banyak analis yang mengikutinya sehingga informasi baru akan cepat tersebar dan kemungkinan akan tercermin dalam harga saham, yang berdampak pada nilai perusahaan.”

Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan *Logaritma Natural* (Ln) dari total aset perusahaan. *Logaritma Natural* digunakan dengan tujuan untuk meminimalisir data dengan fluktuasi yang berlebihan. Penggunaan logaritma natural juga bertujuan menyederhanakan jumlah aset yang kemungkinan mencapai nominal triliunan rupiah tanpa merubah proporsi sebenarnya (Wahyuni dkk, 2013).

Formula yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$SIZE = Ln(Total Aktiva)$$

Menurut Purwanti (2020) ukuran perusahaan yaitu:

“The size of the company is a reflection of the total assets owned by the company. The greater the size of the company, it means that the assets owned by the company are also getting bigger and the funds needed by the company to maintain its operational activities are increasing. The greater the size of the company will affect management decisions in deciding what funding will be used by the company so that funding decision can optimize the value of the company.”

Artinya bahwa total aktiva yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin bagus performa dan kekayaan perusahaan, sehingga akan memberikan daya tarik investor untuk percaya dan menanamkan modalnya melalui pembelian saham, hal ini akan menyebabkan harga saham naik karena permintaan akan saham perusahaan yang berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama perusahaan beroperasi untuk jangka waktu yang cukup lama, yaitu sejak berdirinya perusahaan tersebut sampai sekarang (Septriana dan Mahaeswari, 2019).

Menurut teori perusahaan (*theory of firm*) tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimumkan nilai perusahaan dalam hal ini juga berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Kurniawati dan Idayati, 2021).

Nilai perusahaan adalah harga saham yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (pemegang saham atau investor) apabila perusahaan dijual (Widiastari dan Yasa, 2018).

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah cerminan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dimana perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

2.1.4.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2014:380) nilai perusahaan dapat diukur dengan metode-metode sebagai berikut:

- " 1. *Price Earning Ratio* (PER)
Price Earning Ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang diinvestasikan oleh investor untuk membayar setiap laba yang dilaporkan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham.

2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) menjelaskan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, dapat diukur dengan rasio yang mencapai di atas satu (1), menunjukkan nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan diperusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

3. *Tobin's Q*

Tobin's Q adalah nilai perusahaan yang didapat dengan membagi nilai pasar suatu perusahaan dengan biaya penggantian aset. Pada dasarnya rasio Q menunjukkan hubungan antara penilaian pasar dan nilai intrinsik perusahaan.”

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi juga.

Nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *Price to Book Value* (Kriswanto, 2016).

Menurut Kriswanto (2016) PBV merupakan:

“Harga Saham yang dibagi dengan nilai buku. PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai bagi perusahaan. Perusahaan yang baik umumnya memiliki PBV di atas 1, yang menunjukkan bahwa nilai pasar lebih tinggi dari nilai buku. PBV juga digunakan untuk menentukan harga saham dengan membandingkan PBV perusahaan dengan rata-rata PBV dengan sektor industri yang sama dan dikalikan dengan harga pada saat IPO.”

PBV adalah patokan untuk melihat kewajaran harga saham pada pasar perdana (IPO). Jika posisi harga saham berada di bawah nilai buku, ada

kecenderungan harga saham akan turun sampai setidaknya setara dengan nilai buku. Hal ini akan mempengaruhi harga saham di pasar perdana yang menyebabkan terkontraksinya harga saham karena investor cemas akan dana yang mereka investasikan. Jika PBV perusahaan baik, investor akan mempertimbangkan untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian harga saham akan naik karena adanya permintaan yang tinggi sehingga nilai perusahaan juga akan naik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti dalam mencari perbandingan yang kemudian untuk menemukan inspirasi baru dalam penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu membantu penelitian agar dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan topik yang penulis kaji.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sahyuni Kay dan Leo Dadyo Pamungkas (2022)	Analisis Pengaruh Rasio <i>Leverage</i> , Aktivitas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Rasio <i>Leverage</i> , Aktivitas dan Profitabilitas	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif, rasio aktivitas tidak berpengaruh, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Fifi Ester Nofriyani, Ratna Anda Kristal Halawa dan	Pengaruh Struktur Modal, Aktivitas, <i>Current Ratio</i> , dan Profitabilitas Terhadap Nilai	Dependen: Nilai Perusahaan Independen:	DER dan TATO berpengaruh negatif tidak signifikan, CR berpengaruh

	Keumala Hayati (2021)	Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur	Struktur Modal, Aktivitas, <i>Current Ratio</i> , dan Profitabilitas	negatif signifikan, dan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3	Dewi Kurniawati dan Farida Idayati (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Rasio Aktivitas	Profitabilitas dan Aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Khairul Saleh L. Tobing dan Dwi Niadiyasti (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Aktivitas dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas, leverage dan aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai saham
5	Agustian Zisokhi Lase, Jubi, Elly Susanti dan Debi Eka Putri (2019)	Pengaruh Likuiditas, Aktivitas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kabel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Likuiditas, Aktivitas dan Profitabilitas	Likuiditas berpengaruh negatif, sedangkan aktivitas dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6	Gusti Ayu Putri Cahyani dan Ni Gusti Putu Wirawati (2019)	Pengaruh Likuiditas, Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen:	Likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sedangkan

		pada Nilai Perusahaan	likuiditas, kebijakan dividen, profitabilitas dan ukuran perusahaan	kebijakan dividen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan
7	Ira Septriana dan Haniif Fitri Mahaeswari (2019)	Pengaruh Likuiditas, <i>Firm Size</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Likuiditas, <i>Firm Size</i> dan Profitabilitas	Likuiditas dan <i>Firm Size</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8	Rossabela Dwita dan Kurniawan (2019)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: struktur modal, ukuran perusahaan dan keputusan investasi	Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
9	Metta Devi Thendi (2018)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di Bursa Efek Indonesia	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Struktur Modal, Profitabilitas dan Aktivitas	Struktur modal dan aktivitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10	Putu Ayu Widiastari dan Gerianta Wirawan Yasa (2018)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Free Cash Flow</i> dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas, <i>Free Cash Flow</i> dan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sementara <i>free cash flow</i> tidak

			Ukuran Perusahaan	berpengaruh pada nilai perusahaan
11	Ista Yansi Rinnaya, Rita Andiny dan Abrar Oemar (2016)	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas, Rasio Pasar dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Subsektor Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas, Rasio Pasar dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas, Rasio Aktivitas, keputusan pendanaan dan keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini merupakan bentuk pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Putu Ayu Widiastari dan Gerianta Wirawan Yasa (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Free Cash Flow* dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan”. Dimana pada penelitian sebelumnya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2015. Penelitian tersebut menguji sejauh mana faktor-faktor yang dianalisis mempengaruhi nilai perusahaan.

Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada unit penelitian, dimana dalam penelitian ini unit penelitian yang digunakan yaitu sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian. Alasan menjadikan perusahaan sub sektor *retailing* menjadi sampel penelitian karena pada penelitian sebelumnya menyarankan untuk menggunakan sampel yang berbeda untuk diteliti selain itu sub sektor *retailing* memiliki banyak investor sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap pergerakan saham di

Bursa Efek Indonesia. Selain itu variabel *Free Cash Flow* diganti dengan variabel Rasio Aktivitas. Rasio aktivitas menunjukkan tingkat efektivitas yang ada pada perusahaan. Aktivitas perusahaan yang efektif dan efisien akan dapat mempengaruhi laba dan arus kas perusahaan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Thendi, 2018). Adapun periode amatan berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana pada penelitian ini periode amatan yaitu tahun 2017-2021. Pada periode ini terjadinya fluktuasi yang diakibatkan perang dagang antara Amerika Serikat dengan Tiongkok, serta ditambah adanya pandemi covid-19 sehingga membuat IHSG mengalami volatilitas. Direktur Equator Swarna Investama, Hans Kwee mengatakan bahwa pergerakan IHSG mulai terdepresiasi pada tahun 2018 akibat Presiden AS melancarkan perang dagang terhadap China. Ketegangan politik ini memberikan dampak pada arus investasi di emerging market seperti di Indonesia. lalu pada tahun 2020, IHSG terdepresiasi yang diakibatkan pandemi covid-19 yang membuat pertumbuhan ekonomi global maupun indonesiaa berkontraksi (www.indopremier.com).

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Rasio Aktivitas dengan Nilai Perusahaan

Rasio aktivitas adalah rasio yang mengukur tingkat efektivitas perusahaan dalam mengoperasikan dananya (Kurniawati dan Idayati, 2021).

Menurut Kasmir (2019:174) rasio aktivitas :

“Rasio aktivitas berguna untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Dari rasio ini akan terlihat apakah perusahaan lebih efisien dan efektif dalam mengelola aset yang diilikinya atau mungkin justru sebaliknya.”

Dalam penelitian ini digunakan *Total Asset Turn Over* (TATO) untuk mengukur rasio aktivitas. Rasio ini dipilih karena dapat memberikan gambaran efektivitas penggunaan seluruh harta (aktiva) perusahaan dalam rangka menghasilkan penjualan atau dengan kata lain, berapa rupiah penjualan bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah yang diinvestasikan dalam bentuk aktiva perusahaan.

Total Asset Turn Over (TATO) yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menggunakan aset yang dimilikinya dan menunjukkan makin besar penjualan yang dihasilkan yang kemudian akan berdampak positif pada peningkatan harga saham yang akan berdampak pula pada peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat penjualan suatu perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan karena tingginya permintaan investor akan saham tersebut, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat (Thendi, 2018).

Uraian diatas diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Tobing dan Niadiyasti (2020) menunjukkan *Total Asset Turn Over* (TATO) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Kurniawati dan Idayati (2021) menyatakan rasio aktivitas yang diprosikan dengan *Total Asset Turn Over* (TATO) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan Rinnaya *et al* (2016) menyatakan bahwa TATO berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Rasio Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan para pemilik dan merupakan elemen dalam penciptaan nilai

perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Thendi, 2018).

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan *Return On Asset* (ROA). ROA memiliki keunggulan seperti manajemen menjadi menitikberatkan perhatiannya pada maksimalisasi laba, analisis ROA juga digunakan dalam hal perencanaan serta sebagai alat pengukur prestasi manajemen dalam efisien penggunaan modal yang menyeluruh (Widiastari dan Yasa, 2018). Semakin tinggi ROA akan kemampuan perusahaan dalam membayar dividen juga tinggi yang akan menarik investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui peningkatan harga saham (Widiastari dan Yasa, 2018).

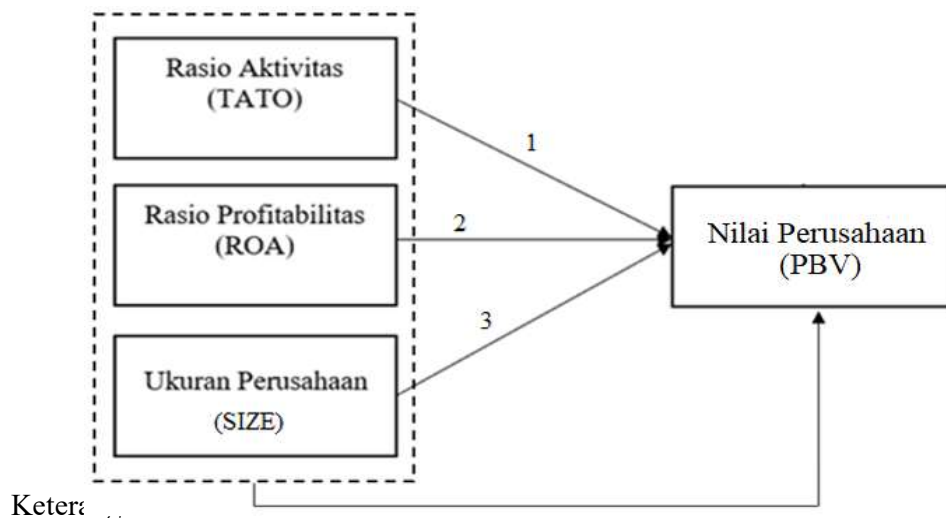
Penelitian tentang *Return On Asset* terhadap nilai perusahaan diperkuat oleh penelitian Kurniawati dan Idayati (2021) yang menunjukkan hasil ROA memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Nofriyani *et al* (2021) menunjukkan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan Lase *et al* (2021) menunjukkan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan kecil atau besarnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki peranan yang sangat penting bagi para pemegang saham dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan dijadikan patokan oleh investor bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik sehingga investor akan melakukan pembelian saham dengan mempertimbangkan pasar yang relatif stabil (Zaki dkk, 2017). Widiastari dan Yasa (2018) menyatakan bahwa ukuran

perusahaan dijadikan patokan dalam menilai kinerja perusahaan, dimana kinerja yang bagus akan mendapatkan peningkatan total aset yang dimiliki sehingga ukuran perusahaan menjadi lebih besar. Perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil sehingga investor menjadi tertarik untuk membeli saham yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Cahyani dan Wirawati, 2019).

Penyataan diatas diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiastari dan Yasa (2018) yang menyatakan hasil Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Dwita dan Kurniawan (2019) menunjukkan hasil Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan Septriana dan Mahaeswari (2019) menunjukkan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



1. Jurnal : Kurniawati dan Idayati (2021), Tobing dan Niadiyasti (2021) dan Rinnaya, Andini dan Oemar (2016).

Buku : Kasmir (2019:187-188)

2. Jurnal : Kay dan Pamungkas (2022), Lase, Jubi, Susanti dan Putri (2019), dan Thendi (2018).

Buku : Kasmir (2019:203-205)

3. Jurnal : Cahyani dan Wirawati (2019), Dwita dan Kurniawan (2019), dan Widiastari dan Yasa (2018).

Buku : Brigham dan Houston (2019:4)

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis perlu dibuktikan dengan fakta-fakta empirik melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017:99).

Berdasarkan pengertian tersebut, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan