

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Profitabilitas

Menurut (Sudiby et al., 2019:79) profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba (profit) relatif terhadap penerimaan, biaya operasional, aset dalam neraca, dan kepemilikan modal.

Menurut (Kasmir, 2019:115) profitabilitas memberikan gambaran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi

Menurut (Huda & Martanti, 2018:307) profitabilitas adalah kemampuan atau kemungkinan dalam mendatangkan keuntungan (memperoleh laba).

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari hasil kegiatan operasional perusahaan.

Pemilihan variabel profitabilitas berlandaskan bahwa tujuan perusahaan adalah memperoleh laba (Kasmir, 2019:8) . Sehingga investor akan tertarik pada perusahaan yang dapat mencetak laba atau profit yang dapat menaikkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini pengukuran profitabilitas yang dipakai adalah *Return on Equity*. Karena Rasio *Return on Equity* menilai seberapa besar

perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap modal yang dikeluarkan oleh investor. Rasio ini sering digunakan oleh investor untuk mengukur profitabilitas.

#### **2.1.1.1 Manfaat Rasio Profitabilitas**

Dengan menghitung rasio profitabilitas dapat berguna bagi pihak perusahaan dan pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Berikut tujuan rasio profitabilitas menurut (Kasmir, 2019:199):

- “Sebagai pengukuran serta penghitungan keuntungan yang sudah diperoleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.
- Sebagai penilaian posisi laba atau keuntungan perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun ini.
- Sebagai penilaian perkembangan keuntungan atau laba dari waktu ke waktu.
- Untuk mengetahui atau menilai besaran dari laba bersih setelah pajak dengan penggunaan modal sendiri.
- Sebagai pengukuran produktivitas semua dana dari perusahaan yang digunakan baik dari pinjaman maupun dari modal pribadi.
- Dan tujuan lainnya.”

### 2.1.1.2 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2019:115) jenis-jenis rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

a. *“Profit Margin of Sales*

Rasio *Profit Margin of Sales* atau *Profit Margin* digunakan untuk mengetahui margin laba atas penjualan. Untuk mengetahui *Profit Margin of Sales* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Net Sales}}$$

b. *Return on Investment* atau *Return on Asset*

*Return on Investment* atau *Return on Asset* adalah rasio yang menunjukkan *return* atas jumlah aktiva yang digunakan oleh perusahaan. Untuk mengetahui *Return on Investment* atau *Return on Asset* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROI atau ROA} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}}$$

c. *Return on Equity*

Rasio *Return on Equity* digunakan untuk mengetahui efisiensi penggunaan modal yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini maka posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Untuk mengetahui *Return on Equity* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

d. *Earning per Share*

Rasio *Earning per Share* digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi pemegang saham. Untuk mengetahui *Earning per Share* dapat digunakan rumus sebagai berikut:”

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

### 2.1.2 Pertumbuhan

Menurut Kasmir, (2019:116) pertumbuhan adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah perekonomian dan sektor usahanya

Menurut Sugiono, (2016:68) pertumbuhan memiliki tujuan mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kedudukannya dengan membandingkan pos yang sama dalam 2 periode, dimana pos yang digunakan sebagai pembanding ikut bergerak.

Dari pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pertumbuhan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerjanya di tengah perekonomian dengan membandingkan kinerja tahun n dengan tahun n-1.

Alasan pemilihan variabel pertumbuhan karena pada industri makanan dan minuman memiliki stabilitas dari kondisi ekonomi dan produknya termasuk kebutuhan sehingga selalu terdapat permintaan dari konsumen. Pertumbuhan dalam penelitian ini diproksikan oleh pertumbuhan penjualan karena perusahaan

mendapatkan keuntungan dari penjualan produk atau jasa. Peningkatan penjualan setiap periode akan meningkatkan laba perusahaan.

### 2.1.2.1 Jenis-Jenis Rasio Pertumbuhan

Menurut Kasmir, (2019:116) jenis-jenis rasio pertumbuhan adalah:

- a) “Pertumbuhan penjualan dirumuskan sebagai berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{Penjualan\ (t) - Penjualan\ (t - 1)}{Penjualan\ (t - 1)} \times 100\%$$

- b) Pertumbuhan aset dirumuskan sebagai berikut”:

$$Assets\ Growth = \frac{Assets(t) - Assets(t - 1)}{Assets\ (t - 1)} \times 100\%$$

### 2.1.3 Leverage

*Leverage* dalam arti luas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya yang dalam jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2019:112)

*Leverage* adalah yang menggambarkan perusahaan dalam kemampuannya memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Makin kecil angka rasio ini berarti makin besar total aktiva yang didanai oleh *company owner* (Kariyoto, 2017:41-42).

*Leverage* adalah penggunaan hutang untuk pembelian aset dan pembiayaan aktivitas organisasi (Aksara, 2020:144).

Dari pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam membayar segala kewajibannya yang timbul akibat pembiayaan perusahaan.

Alasan pemilihan variabel *leverage* karena Investor akan memilih risiko yang lebih kecil dalam berinvestasi sehingga perusahaan yang memiliki jumlah kewajiban besar kurang diminati. Dalam penelitian ini pengukuran *leverage* yang digunakan adalah *Debt to Equity*. Karena rasio *Debt to Equity* mengukur seberapa besar perusahaan dapat membayar kewajibannya dengan menggunakan dari setiap ekuitasnya.

#### **2.1.3.1 Manfaat Rasio *Leverage***

(Kasmir, 2019:153) menyatakan bahwa terdapat beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

- “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor),
- Sebagai penilaian kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman beserta bunga),
- Sebagai penilaian seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aset,
- Sebagai penilaian keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal,
- Sebagai penilaian seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang,

- Sebagai penilaian atau pengukuran berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang,
- Sebagai penilaian berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.”

### 2.1.3.2 Jenis-Jenis Rasio *Leverage*

Menurut (Kasmir, 2019:112) jenis-jenis rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

a. *Debt to Assets Ratio*

Rasio *Debt to Assets* digunakan untuk pengukuran seberapa besar asset perusahaan dibiayai oleh utang. Untuk mengetahui *Debt to Assets Ratio* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$DAR: \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Rasio *Debt to Equity* digunakan untuk mengetahui total dana yang disediakan kreditor dengan pemilik perusahaan atau untuk mengetahui setiap modal sendiri yang dijadikan sebagai jaminan utang. Untuk mengetahui *Debt to Equity* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$DER: \frac{\text{Total Debt}}{\text{Equity}}$$

c. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Rasio *Long Term Debt to Equity* digunakan untuk mengetahui setiap modal sendiri yang dijadikan sebagai jaminan utang jangka panjang. Untuk mengetahui *Long Term Debt to Equity* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$LTDER: \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

d. *Time Interest Earned*

Rasio *Time Interest Earned* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk membayar bunga yang timbul akibat utang. Untuk mengetahui *Time Interest Earned* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$TIE: \frac{EBIT}{\text{Biaya Bunga (interest)}}$$

e. *Fixed Charge Coverage*

Rasio *Fixed Charge Coverage* digunakan untuk mengetahui kemampuan apabila mempunyai utang jangka panjang atau menyewa aktiva dengan berdasar pada kontrak sewa. Biaya tetap yang dimaksud adalah biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan. Untuk mengetahui dapat digunakan rumus sebagai berikut:”

$$FCC: \frac{EBT + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}$$



#### **2.1.4 Ukuran Perusahaan**

Menurut Hartono, (2017:685) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan nilai total asset, penjualan bersih dan nilai ekuitas.

Menurut Bairoliya Raj, (2014:25) ukuran perusahaan adalah pengukuran dari jumlah karyawan, asset atau penjualan dari sebuah perusahaan.

Menurut Aris et al., (2021:45) ukuran perusahaan adalah pengukuran perusahaan yang dilihat dari total aset, jumlah karyawan dan sarana prasarana.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah pengukuran besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset, penjualan atau jumlah karyawan

Pemilihan variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan total aktiva karena mencerminkan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Semakin besar perusahaan maka semakin besar sumber dayanya.

Menurut Hartono, (2017) ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

##### **2.1.4.1 Kategori Ukuran Perusahaan**

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 53/pojk.04/2017 Tahun 2017 Tentang Pernyataan Pendaftaran dalam Rangka Penawaran Umum dan Penambahan Modal dengan Memberikan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu

Oleh Emiten dengan Aset Skala Kecil Atau Emiten dengan Aset Skala Menengah.

Kategori perusahaan dilihat dari asetnya adalah sebagai berikut:

Kategori	Jumlah Aset
Emiten skala kecil	< Rp 50 Miliar
Emiten skala menengah	> Rp 50 Miliar - < Rp 250 Miliar
Emiten skala besar	> Rp 250 Miliar

Sumber: POJK Nomor 53/pojk.04/2017

### 2.1.5 Nilai Perusahaan

Menurut (Fahmi, 2015:82) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar modal. Rasio ini dapat memberikan pemahaman untuk pihak manajemen terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”

Nilai perusahaan mencerminkan performa perusahaan dengan mengaitkan antara harga saham biasa dengan pendapatan perusahaan dan nilai buku saham (Sugiono, 2016:69)

Menurut (Krisnandi et al., 2019:2). Nilai perusahaan adalah;

“Menaikan nilai perusahaan adalah tujuan umum perusahaan yang dicerminkan dengan meningkatnya harga saham perusahaan tersebut di pasar. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dilakukan dengan cara meningkatkan keuntungan dan mencapai tingkat pertumbuhan”.

Dari pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap kinerja perusahaan di pasar modal yang dicerminkan oleh harga saham perusahaan.

Pemilihan variabel nilai perusahaan karena sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memakmurkan pemegang sahamnya. Dalam penelitian ini

nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price Book Value*. *Price Book Value* lebih sering digunakan oleh investor dengan indikator *overprice* atau *underprice*.

### 2.1.5.1 Jenis-Jenis Rasio Penilaian

Menurut Fahmi, (2015:82) jenis-jenis rasio penilaian adalah sebagai berikut:

#### 1. *Price Earning Ratio*

Rasio ini diperoleh dari membagi harga saham dengan laba persaham, semakin tinggi rasio ini mengindikasikan kinerja perusahaan semakin baik. Tetapi *Price Earning Ratio* yang tinggi juga menandakan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah sangat tinggi. Rumus dari *Price Earning Ratio* adalah:”

$$PER = \frac{\text{Market Value Share}}{\text{Earning per Share}}$$

Untuk mencari *Earning per Share* digunakan rumus berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah lembar saham}}$$

#### 2. *Price Book Value*

*Price Book Value* adalah rasio yang mengukur kinerja perusahaan melalui saham yang diperdagangkan di pasar modal yaitu dengan membandingkan harga saham dengan *Book Value* dari saham tersebut (C. Armereo et al., 2020:20). *Price Book Value* yang tinggi mencerminkan bahwa investor percaya dengan proyeksi perusahaan di

masa yang akan datang. *Price Book Value* digunakan oleh value investor seperti Warren Buffett dan Lo Kheng Hong. *Price Book Value* dirumuskan sebagai berikut:”

$$PBV = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Untuk mencari *Book Value Per Share* dapat menggunakan rumus berikut:

$$BVPS = \frac{\text{Total ekuitas}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini diperlukan sebagai data pendukung. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham diantaranya yaitu:

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Denny Kurnia (2019)	Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas dan harga saham berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu profitabilitas 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Metode regresi	1. Variabel independen (X) harga saham 2. Perusahaan manufaktur di Banten 2009-2016
2	Seviana Widia Putri dan Yanuar Ramadhan (2020)	Pengaruh Kebijakan Dividen <i>Leverage</i> Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan	1. <i>Leverage</i> , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu <i>leverage</i> 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. analisis regresi	1. Variabel independen (X) kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial

Bersambung

## Lanjutan

3	Tika Yuliana (2020)	Pengaruh <i>Free Cash Flow</i> dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening	1. <i>Free cash flow</i> dan harga saham berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. <i>Free cash flow</i> dan harga saham berpengaruh negatif terhadap kebijakan deviden 3. Kebijakan deviden dapat memediasi FCF terhadap nilai perusahaan 4. Kebijakan deviden tidak dapat memediasi harga saham terhadap nilai perusahaan	1. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 2. Metode regresi	1. Variabel independen (X) <i>Free Cash Flow</i> dan harga saham 2. Perusahaan manufaktur sektor aneka industri tahun 2016-2018
4	Zaher Abdel Fattah Al-Slehat (2020)	<i>Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value: Evidence from Industrial Sector Jordan</i>	1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan dan struktur aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu <i>leverage</i> 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) ukuran perusahaan dan struktur asset 2. Perusahaan pertambangan di Jordan

Bersambung

## Lanjutan

5	Kadek Yuliana Dewi dan Henny Rahyuda (2020)	Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas dan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu profitabilitas 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Metode regresi	1. Variabel independen (X) yaitu likuiditas dan kebijakan dividen 2. Perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI
6	Ida Ayu Gede Dika Martami Sari dan Ida Bagus Panji Sedana (2020)	<i>Profitability and Liquidity on Firm value and Capital Structure as Intervening Variabel</i>	1. struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu profitabilitas 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu likuiditas 2. Analisis jalur 3. Perusahaan konstruksi dan bangunan di BEI 2013-2017

Bersambung

## Lanjutan

7	Markonah Markonah, Agus Salim dan Johanna Franciska (2020)	<i>Effect of Profitability, Leverage and Liquidity to The Firm Value</i>	1. Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu profitabilitas dan <i>leverage</i> 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Perusahaan makanan dan minuman 4. Metode regresi	1. Variabel independen (X) yaitu likuiditas
8	Fenty Fauziah dan Sri Wahyuni Jamal (2020)	Analisis Pengaruh <i>Leverage, Financial Performance, Firm Size</i> dan <i>Sales Growth</i> terhadap <i>Firm Value</i> pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	1. <i>Leverage</i> dan <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. <i>Financial Performance</i> dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu <i>Leverage, Financial Performance</i> dan <i>Sales Growth</i> 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Metode Regresi	1. Variabel independen (X) yaitu <i>Firm Size</i> 2. Perusahaan perbankan di BEI

Bersambung



## Lanjutan

9	I Gusti Agung Prabandi Tri Putri dan Henny Rahyuda (2020)	<i>Effect of Capital Structure and Sales Growth on Firm Value with Profitability as Mediation</i>	1. <i>Capital Structure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Sales Growth berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	1. Variabel independen (X) yaitu <i>Capital Structure dan Sales Growth</i> 2. Variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan	1. Variabel mediasi profitabilitas 2. Perusahaan konsumen barang konsumen 3. Analisis jalur
10	Ferdy Prasetya Margono dan Rilla Gantino (2021)	<i>The Influence of Firm Size, Leverage, Profitability and Dividend Policy on Firm Value of Companies in Indonesia Stock Exchange</i>	1. Profitabilitas dan Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	1. Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan Leverage 2. Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. analisis regresi 4. Perusahaan makanan dan minuman	1. Menggunakan variabel independen (X) yaitu ukuran perusahaan dan kebijakan dividen

Bersambung

## Lanjutan

11	Bima Andika Ivanda Putra dan Sunarto Sunarto (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan <i>Leverage</i> 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3.Analisis regresi	1.Variabel moderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> 2.Perusahaan manufaktur di BEI
12	Teguh Gunawan Setyabudi (2021)	<i>The Effect of Institutional Ownership, Leverage, and Profitability on Firm Value: Dividend Policy as an Intervening Variable</i>	Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan <i>Leverage</i> 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu kepemilikan institusional 2.Variabel intervening kebijakan dividen 3.Perusahaan manufaktur di BEI 2016-2018
13	Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan <i>Leverage</i> 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3.Analisis regresi	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu ukuran perusahaan 2.Perusahaan <i>property dan real estate</i> periode 2016-2019

Bersambung

## Lanjutan

14	Jamaluddin Ali dan Ridwan Faroji dan Osman Ali (2021)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3.Analisis regresi	1.Perusahaan industri barang konsumsi di BEI 2017-2019
15	Aida Febriyanti dan Erna Sulistyowati (2021)	Pengaruh Firm Size, Sales Growth, dan Return on Equity terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur	1.Return on Equity berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2.Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3.Analisis regresi	1.Variabel independen (X) ukuran perusahaan 2.Perusahaan manufaktur di BEI
16	Cindy Natalia, Eka Desy Purnama dan Lambok DR Tampubolon (2021)	<i>Mediation Effects Of Capital Structure And Profitability On The Influence Of Sales Growth On Firm Value In Consumer Goods Companies</i>	1.Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2.Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1.Menggunakan variabel independen (X) yaitu Pertumbuhan Penjualan 2.Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan	1.Perusahaan yang terdaftar di BEI 2.Analisis jalur

Bersambung

## Lanjutan

17	Inne Afinindy, Prof. Dr. Ubud Salim, dan Dr. Dra. Kusuma Ratnawati (2021)	<i>The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure</i>	1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	1. Menggunakan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan 2. Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Perusahaan makanan dan minuman	1. Variabel independen (X) ukuran perusahaan dan likuiditas
18	Muhammad Akbar (2022)	<i>The Influence of Capital Structure, Assets Structure and Sales Growth on Company Value</i>	1. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan	1. Menggunakan variabel independen (X) yaitu Pertumbuhan Penjualan dan Leverage 2. Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Analisis regresi	1. Variabel independen (X) struktur asset 2. Perusahaan manufaktur di BEI 2017-2019
19	Gita Astika Rachmadevi, Unggul Purwohedri, I Gusti Ketut Agung Ulupui (2023)	Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	1. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 3. ukuran perusahaan memoderasi struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	1. Menggunakan variabel independen (X) yaitu profitabilitas 2. Menggunakan variabel dependen (Y) yaitu nilai perusahaan 3. Variabel moderasi ukuran perusahaan 4. Analisis regresi	1. Variabel independen (X) struktur modal 2. Perusahaan pertambangan dan kimia

## **2.3 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kajian pustaka dan *review* hasil dari penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran yang dibentuk dari penelitian ini adalah profitabilitas, pertumbuhan, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Pengujian yang dilakukan terhadap faktor-faktor tersebut untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan.

### **2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan perusahaan adalah menghasilkan laba secara maksimal (Kasmir, 2019:8). Investor akan melihat laporan laba bersih sebelum menanamkan modalnya sebagai acuan bahwa perusahaan dikelola dengan baik serta layak untuk investasi (Jaya et al., 2021:9). Investasi yang memiliki risiko harus dapat diimbangi oleh laba yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan laba dari investor yang kurang memiliki risiko, supaya para investor tertarik pada saham suatu perusahaan (K. S. Sudibyo, 2022:82). Dengan semakin besar laba yang diperoleh maka perusahaan dapat memakmurkan investornya. Investor akan mendapatkan timbal balik dari modalnya yang ditanam pada perusahaan. Investor akan tertarik pada perusahaan yang dapat menciptakan profit yang maksimal. Dengan banyaknya minat investor pada saham perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Maka dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian (Dewi & Rahyuda, 2020), (Sari & Sedana, 2020), (Markonah et al., 2020) dan (Febriyanti & Sulistyowati, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Ali et al., 2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Muharramah & Hakim, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan**

Besarnya laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh aktivitas penjualan. Kinerja perusahaan akan semakin meningkat dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi (Munizu, 2021:111). Pertumbuhan penjualan akan menaikkan laba yang diperoleh perusahaan yang dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Faktor yang menunjukkan kualitas dari perusahaan adalah pendapatan yang stabil dan pertumbuhan penjualan (Malkiel, 2015). Bertumbuhnya penjualan perusahaan menandakan bahwa perusahaan terus berkembang. Investor akan tertarik pada perusahaan yang terus berkembang karena berdampak pada besarnya pengembalian yang diterima. Dengan banyaknya minat investor pada saham akan menaikkan nilai perusahaan. Maka dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis pertumbuhan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian (I. G. P. T. Putri & Rahyuda, 2020), (Fauziah & Jamal, 2020) dan (Akbar, 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Pada penelitian (Afinindy et al., 2021) dan (Natalia et al., 2021) menyatakan bahwa pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hutang dalam perusahaan dapat digunakan sebagai pembiayaan kegiatan perusahaan yang dapat memperbesar laba yang diperoleh. Namun semakin tinggi hutang yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi risiko yang dihadapi perusahaan terlebih jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk membayar hutang. Investor akan menghindari perusahaan yang memiliki risiko tinggi seperti tingginya hutang. Semakin tinggi *leverage* menandakan bahwa perusahaan dibiayai dengan hutang berjumlah besar yang dapat meningkatkan risiko jika perusahaan gagal melakukan *roll over* akibat kredit macet (Irawan, 2014:95). Tingginya *leverage* akan mengurangi minat investor pada saham perusahaan sehingga nilai perusahaan akan menurun. Semakin besar liabilitas yang dimiliki perusahaan maka semakin besar risiko yang ditanggung oleh perusahaan oleh karena itu perusahaan yang menambah hutang sangat tergantung pada biaya relatif (Musdalifah Azis et al., 2015:252). Maka dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian (S. W. Putri & Ramadhan, 2020) dan (Margono & Gantino, 2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Pada penelitian (Setyabudi, 2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Al-Slehat, 2020) dan (Putra & Sunarto, 2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Salah satu cara meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memaksimalkan laba perusahaan (D. Kurniawan et al., 2017:24). Laba perusahaan diperoleh dari operasional maupun investasi perusahaan. Perusahaan membutuhkan manajemen yang baik dalam mengelola kegiatan perusahaan sehingga dapat memperoleh laba. Dalam pandangan investor perusahaan yang dapat memperoleh laba sebagai cerminan pengelolaan manajemen yang baik sehingga investor tertarik menanamkan modalnya di perusahaan. Profit yang tinggi akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kepercayaan investornya terhadap proyeksi perusahaan. Semakin besarnya ukuran perusahaan menandakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang besar untuk menciptakan laba. Sehingga dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pada penelitian (Pohan et al., 2018) menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi profitabilitasnya sehingga menarik investor dan kreditur. Pada penelitian (Janah & Munandar, 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan (Rachmadevi et al., 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Chandra & Hastuti, 2022) menyatakan menyatakan



bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan**

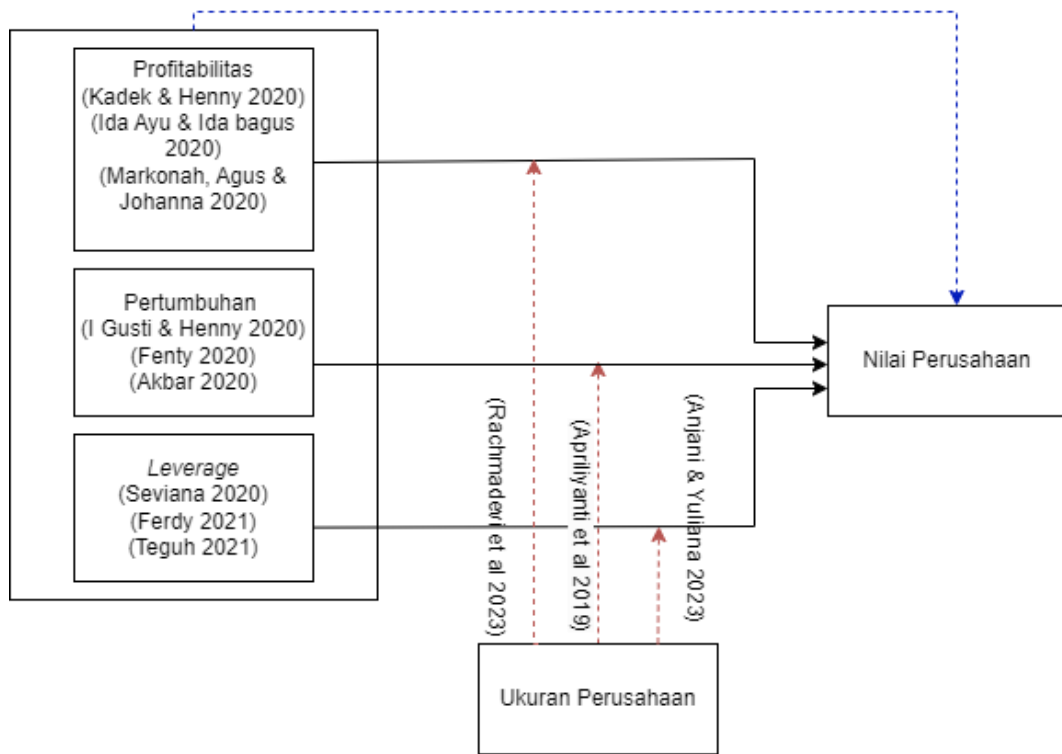
Perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya dengan laba yang diperoleh. Laba perusahaan diperoleh dari penjualan barang pada perusahaan dagang dan manufaktur. Dengan memanfaatkan laba yang diperoleh perusahaan dapat melakukan investasi seperti membangun pabrik dan membeli alat yang tentunya menambah produksi sehingga penjualan dapat bertumbuh yang berimplikasi pada tingginya laba yang diperoleh. Penjualan berkorelasi tinggi dengan kondisi ekonomi (Aprita, 2021:63). Investor akan mudah menilai kondisi ekonomi perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kepercayaan investornya terhadap proyeksi perusahaan. Menaikan nilai perusahaan adalah tujuan umum perusahaan yang dicerminkan dengan meningkatnya harga saham perusahaan tersebut di pasar. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dilakukan dengan cara meningkatkan keuntungan dan mencapai tingkat pertumbuhan (Krisnandi et al., 2019:2). Dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk bertumbuh semakin tinggi karena perusahaan memiliki sumber daya yang dapat digunakan untuk kegiatan investasi seperti pembangunan pabrik. Maka dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Menurut (Apriliyanti et al., 2019) ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.6 Pengaruh Nilai Perusahaan Memoderasi *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hutang dapat digunakan sebagai *capital expenditure* dan *operational capital*. Namun perusahaan perlu memperhatikan jumlah hutang perusahaan. Dengan menggunakan jumlah utang yang tepat maka perusahaan dapat meminimalkan penggunaan biaya pendanaan dan dengan demikian memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Jika terlalu tinggi akan meningkatkan risiko gagal bayar. Kebijakan keuangan penting karena tingkat *leverage* menentukan risiko keuangan yang dihadapi investor (Miftahurrohman, 2022:58). Ukuran perusahaan mempengaruhi kepercayaan kreditur dalam memberikan kredit. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka menandakan perusahaan memiliki jumlah asset yang besar untuk melunasi kewajibannya. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kepercayaan kreditur dan investor terhadap proyeksi perusahaan. Meskipun sebuah perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi namun jika total hutang tinggi maka investor akan menghindari risiko untuk berinvestasi. Dari penjelasan di atas penulis memiliki hipotesis ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian (Fahri et al., 2022), (Anjani & Yuliana, 2023) dan (Rosihana, 2023) menyatakan ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Rasyid et al., 2022) menyatakan ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Secara sistematis kerangka pemikiran yang dilandaskan pada teori yang sudah dijelaskan, berikut adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini:



- Keterangan
- > : Moderasi
  - > : Simultan
  - > : Parsial

## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, maka pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Profitabilitas, pertumbuhan, *leverage*, interaksi profitabilitas dengan ukuran perusahaan, interaksi pertumbuhan dengan ukuran perusahaan dan interaksi *leverage* dengan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
- H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
- H3: Pertumbuhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
- H4: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
- H5: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.

- H6: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
- H7: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.