

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pertumbuhan Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Jhon Rinaldo at al. (2022) Pertumbuhan (*Growth*) adalah perubahan total aktiva atau total aset baik peningkatan ataupun penurunan yang dialami oleh suatu perusahaan. Agar pertumbuhan cepat tidak memiliki arti pertumbuhan biaya yang kurang terkendali, maka dalam mengelola pertumbuhan perusahaan harus memiliki pengendalian operasi dengan penekanan pada pengendalian biaya.

Menurut Cat Yusmaniarti at al, (2021) pertumbuhan (*Growth*) seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama pertumbuhan penjualan atau pendapatan yang diukur dari perubahan penjualan setiap tahunnya. Sehingga, semakin besar kenaikan penjualan suatu perusahaan setiap tahunnya, maka makin besar pertumbuhan yang terjadi pada suatu perusahaan.

Menurut Wulanningsih & Agustin (2020) mengemukakan sebuah pertumbuhan (*Growth*) adalah kenaikan ataupun penurunan dari total aktiva (harta)

atau total aset yang dipunyai oleh perusahaan. Harta sebuah perusahaan yakni suatu aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dengan adanya aset yang banyak diharapkan dapat menunjang hasil operasional yang diperoleh perusahaan sehingga akan menambah kepercayaan serta memberikan sinyal positif bagi pihak eksternal maupun pihak internal perusahaan”.

Menurut Aurelia dan Setijaningsih (2020) pertumbuhan aset merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari adanya peningkatan aset.

Menurut Kasmir (2019:114) pertumbuhan rasio adalah sebagai berikut:

“Rasio pertumbuhan (*growth rasio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya. Dalam rasio pertumbuhan yang dianalisis adalah pertumbuhan penjualan, laba bersih, pendapatan per saham dan dividen per saham”.

Menurut Irham Fahmi (2020:142) rasio pertumbuhan sebagai berikut:

“Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum”.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulannya bahwa pertumbuhan Perusahaan dapat dilihat bagus apabila ada kenaikan dari total aset yang dipunyai oleh perusahaan. Pertumbuhan Perusahaan juga sebagai salah satu cara ukur untuk melihat perkembangan suatu perusahaan yang baik. Jika

perusahaan dapat menempatkan sistem ekonominya akan membuat penjualan yang semakin bagus dan investor akan lebih minat dengan suatu perusahaan tersebut.

2.1.1.2 Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan selisih total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aktiva pada periode sebelumnya (Rinaldo., at al, 2022). Growth dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Asset} = \frac{\text{Total Aktiva (t)} - \text{Total Aktiva (t - 1)}}{\text{Total Aktiva (t - 1)}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan proksi Pertumbuhan assets untuk melihat setiap perubahan assets perusahaan dari periode sebelumnya dengan periode sekarang. Alasan mengambil proksi pertumbuhan aset dalam penelitian ini karena untuk melihat seberapa jauh perubahan assets. Semakin besar pertumbuhan aset, semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, yang menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan aset diiringi dengan peningkatan profitabilitas.

2.1.2 Likuiditas

2.1.2.1 Pengertian Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan perusahaan membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan keseluruhan keuangan perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuannya mengubah aktiva lancar tertentu menjadi uang

Menurut (kasmir, 2019:129) menjelaskan definisi likuiditas sebagai berikut:

“Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan perusahaan membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan keseluruhan keuangan perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuannya mengubah aktiva lancar tertentu menjadi uang kas. Jadi, Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya”.

Menurut Dermawan, (2020:59) menjelaskan definis likuiditas sebagai berikut:

“Rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio-rasio ini dapat dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar. Dengan demikian rasio likuiditas berpengaruh dengan kinerja keuangan perusahaan sehingga rasio ini memiliki hubungan dengan harga saham perusahaan”.

Menurut Ely Siswanto S, (2021:59) menjelaskan definisi likuiditas sebagai berikut:

“Rasio likuiditas adalah rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (lancar) yang jatuh tempo kurang dari setahun. Kita ketahui bahwa aset yang dimiliki oleh perusahaan bisa berupa aset likuid dan aset yang kurang likuid. Aset likuid adalah aset yang dapat dialihkan menjadi uang tunai secara cepat tanpa mengurangi harganya secara drastis. Semakin tinggi

rasio likuiditas berarti semakin mudah aset-aset yang dimiliki untuk dikonversi menjadi uang kas”.

Menurut Setyowati et al (2023:93) menjelaskan likuiditas sebagai berikut:

“Rasio likuiditas adalah pengukuran yang dapat menentukan bagaimana liabilitas perusahaan dibandingkan dengan aset dan arus kasnya. Pejabat perusahaan dan individu menghitung rasio likuiditas untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang kesehatan keuangan perusahaan dan membantu perencanaan keuangan. Jika kita bekerja di posisi manajemen atau keuangan,”

Menurut Irham Fahmi (2020:125) rasio likuiditas sebagai berikut:

“Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu”.

Menurut Paris et al (2021), rasio likuiditas adalah Rasio yang mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utang lancarnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas dapat ditunjukkan oleh besar kecilnya aset lancar yaitu aset yang mudah untuk diubah menjadi kas, surat berharga, piutang, persediaan.

Menurut Litamahuputty (2021) likuiditas adalah analisis rasio likuiditas membantu dalam mengukur kemampuan jangka pendek suatu bisnis. Ini berarti membantu dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendeknya. Dengan demikian, likuiditas menunjukkan seberapa cepat aset perusahaan bisa dikonversi menjadi uang tunai.”

Menurut Setiawan & Suwaidi (2022), likuiditas adalah memperlihatkan kekuatan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek ketika tenggat waktu tercapai. Likuiditas penting untuk sebuah bisnis, jika bisnis tersebut dalam posisi likuid maka kemampuan menghasilkan keuntungan sangat besar.

Menurut Lazuardi & Mujiyati (2023) likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban dan melunasi utang jangka pendek.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan guna menilai kemampuan mereka sendiri. Kemudian, pihak luar perusahaan juga memiliki kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyediaan dana bagi supplier yang menyalurkan atau menjual barang yang pembayaran secara angsuran kepada perusahaan.

Oleh karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya terdapat banyak manfaat dan tujuan analisis rasio likuiditas bagi perusahaan, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, dan pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan seperti kreditor dan distributor atau supplier.

Tujuan dan manfaat rasio likuiditas menurut (Kasmir, 2019:131) sebagai berikut :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dengan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkan untuk beberapa periode.

8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan hutang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Likuiditas

Secara umum tujuan utama rasio keuangan digunakan adalah untuk menilai kemampuan dalam memenuhi kewajibannya. Namun, disamping itu, dari rasio likuiditas dapat diketahui hal-hal lain yang lebih spesifik yang juga masih berkaitan dengan kemampuan Perusahaan dalam kewajibannya. Semua ini tergantung dari jenis rasio likuiditas yang digunakan. Menurut Kasmir (2019:134) jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan Perusahaan untuk mengukur kemampuan, yaitu :

1. Current Ratio (Rasio Lancar)

Merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Current Ratio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

2. Quick Ratio (Rasio Cepat)

Merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan Perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka

pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (inventory). Quick Ratio dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang lancar}}$$

3. Cash Ratio (Rasio kas)

Merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersediannya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau Tabungan di bank. Cash Ratio dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{kas} + \text{bank}}{\text{Hutang lancar}}$$

4. Rasio Perputaran Kas

Menurut James O. Gill, dalam buku Kasmir (2019:140). Rasio perputaran kas berfungsi untuk mengukur Tingkat kecukupan modal kerja Perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Rasio perputaran kas dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

5. Inventory to Net Working Capital

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan

modal kerja Perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Maka Inventory to Net Working Capital dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}}$$

Dalam penelitian ini, rasio likuiditas yang digunakan adalah current ratio, yang mengukur seberapa besar aset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dapat menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, seperti dari penjualan, penggunaan aset, dan penggunaan modal. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur seberapa baik manajemen mengelola operasi perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas sebagai berikut:

“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”.

Menurut Toto Prihadi, (2019:165) profitabilitas sebagai berikut:

“Rentabilitas dan kemampuan menghasilkan laba adalah kata lain dari profitabilitas. Karakteristik profitabilitas itu sendiri bervariasi di antara berbagai industri. Profitabilitas juga berhubungan dengan tahap dalam

siklus kehidupan produk. Profitabilitas yang tinggi menarik pemain lain untuk memasuki bisnis tersebut dengan semakin banyaknya pebisnis dalam industri tersebut, terjadi persaingan yang bisa berakibat Tingkat profitabilitas keseluruhan dalam industri tersebut menurun”.

Menurut Rebin Sumardi & Suharyono, (2020:28) rasio profitabilitas sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur sejauh mana tingkat efektivitas daripada manajemen perusahaan yang tercermin dari hasil yang dicapai atas penjualan dan investasi perusahaan”.

Menurut Ely Siswanto S, (2021:35) rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan”.

Menurut Lazuardi & Mujiyati (2023) profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba melalui aktivitas-aktivitas biasa.

Menurut Irham Fahmi (2020:140) rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas 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”.

Menurut Hery (2018:191) rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk (barang/jasa) kepada para pelanggannya”.

Berdasarkan pemahaman para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah ukuran keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan selama periode waktu tertentu.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas juga memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun pemangku kepentingan lainnya:

Menurut Hery, (2018:192) ada beberapa tujuan dan manfaat rasio profitabilitas:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih,

Sedangkan menurut Kasmir (2019:199) ada beberapa tujuan dan manfaat rasio profitabilitas:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan 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.
7. Dan tujuan lainnya.

Sementara itu, 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.
6. Manfaat lainnya.

2.1.3.3 Pengukuran Profitabilitas

Biasanya, penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui.

Menurut Hery, (2018:194) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

1. Gross Profit Margin (Margin Laba Kotor)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2. Net Profit margin (Margin Laba Bersih)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan Rumus yaitu:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

3. Operating profit margin (Margin Laba Operasional)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

4. Return On Equity (Hasil Pengembalian Atas Ekuitas)

Rasio ini digunakan untuk mengukur besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

5. Return on Assets (Hasil Pengembalian atas Aset)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Profitabilitas adalah faktor dominan dalam rangka yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga dasar pertimbangan memilih variabel profitabilitas. Perusahaan harus profitable agar dapat bertahan hidup, yang merupakan syarat untuk keberlangsungan bisnis. Bisnis akan sulit menarik modal dari luar jika tidak memiliki keuntungan. Penulis telah memilih untuk menggunakan Return on Equity (ROE) sebagai cara untuk mengukur profitabilitas penelitian ini. Dengan menggunakan ROE, kita dapat mengetahui sejauh mana suatu perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk mampu memberikan laba kepada para pemegang saham.

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah bertahun-tahun dari awal berdirinya.

Menurut Hermawan, dan Putri (2015:16) nilai perusahaan sebagai berikut:

“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. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan”.

Menurut Endah (2022:20) nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi

penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”.

Menurut Asep Risman (2021:5) nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Bahwa nilai perusahaan adalah total nilai pasar dari utang dan saham perusahaan tersebut. Karena itu penelitian tentang nilai perusahaan juga sering dilakukan terhadap harga saham di bursa efek, hal ini sesuai juga dengan pendapat Fama bahwa untuk perusahaan yang sudah listing di pasar modal, nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya”.

Menurut Alamsyah (2019:1) nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan meningkat”.

Menurut Putri (2023:25) nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan”.

Berdasarkan pemahaman di atas, penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan pencapaian suatu perusahaan sebagai representasi dari kepercayaan masyarakat dan merupakan cara untuk mengukur tujuan memaksimalkan pemegang saham, yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham.

2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Putri., at al, (2023:29) secara umum ada dua faktor yang memperoleh nilai perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal perusahaan, yakni faktor didalam perusahaan dan bisa dikontrol oleh manajemen perusahaan. Contohnya, produksi, pemasaran, ataupun pengumuman pendanaan yang menyangkut hutang ataupun ekuitas. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik, maka akan menjadikan investor tertarik untuk melakukan pembelian saham perusahaan. Yang nantinya akan terjadi peningkatan harga saham, sementara banyaknya penawaran akan tetap meningkat harga pasar saham.
2. Faktor eksternal, yakni faktor di luar perusahaan yang tidak dapat dikontrol oleh manajemen perusahaan yang meliputi:
 - a. Kondisi ekonomi. Apabila kurang baik kondisi ekonomi negara, maka ini akan menurunkan investasi. Kondisi perekonomian dapat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat, terutama investor yang kemudian dapat berpengaruh terhadap penurunan harga pasar perusahaan, namun bila baik kondisi perekonomian suatu negara, maka investor lebih tertarik untuk berinvestasi berupa saham dari pada ditabung, sebab dinilai memberikan keuntungan.
 - b. Tingkat suku bunga. Bila tergolong tinggi tingkat suku bunga suatu negara, maka investor akan cenderung lebih memilih menabung sebab mereka tidak menanggung risiko besar dengan menabung tersebut.

- c. Tingkat inflasi. Secara ringkas, inflasi yakni kecenderungan naiknya harga secara terus-menerus dan berlaku umum. Inflasi ini bisa merugikan pemegang uang berbetuk tunai.
- d. Faktor psikologi. Terjadinya hal ini dikarenakan apabila terjadi penurunan harga pasar saham, maka investor akan melakukan penjualan saham sebab ketakutan untuk merugi dengan lebih besar adanya kebutuhan dana yang mendesak.
- e. Keputusan pemerintah di bidang ekonomi. Secara langsung dan tidak langsung keputusan ekonomi dan keputusan pemerintah yang sifatnya umum dapat mempengaruhi harga saham.

2.1.4.3 Macam-Macam Nilai Perusahaan

Menurut Asep Risman, (2021:6), banyaknya pendapat atau definisi nilai perusahaan yang berbeda menurut sudut pandang yang berbeda pula, maka nilai perusahaan juga bermacam-macam. Pada umumnya nilai terdiri dari sebagai berikut ini:

1. Nilai Nominal.

Secara hukum nilai nominal adalah nilai yang tertera pada anggaran dasar perusahaan biasanya pada saat didirikan atau sesuai akta perubahan. Sebelum perdagangan saham dilakukan tanpa warkat, maka nilai nominal juga tertulis warkat saham yang diperdagangkan di bursa efek.

2. Nilai Pasar.

Nilai pasar juga disebut harga pasar (*Market Price*) yaitu harga yang terjadi di pasar melalui mekanisme atau proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai pasar saham perusahaan ini akan ada bila perusahaan sudah listing di bursa efek.

3. Nilai Intrinsik.

Nilai intrinsik adalah nilai yang diperoleh dari perhitungan dalam analisa fundamental perusahaan, biasanya nilai intrinsik ini digunakan untuk menilai harga saham perusahaan tertentu dan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh para investor dan manajer investasi.

4. Nilai Buku.

Nilai buku merupakan nilai perusahaan dihitung berdasarkan atau untuk keperluan pembukuan (akuntansi) yaitu selisih antara total aset dan total hutang dibagi dengan jumlah saham beredar.

2.1.4.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Asep Risman, (2021:6) Pengukuran atau proksi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa cara dan pendekatan yang disesuaikan definisi nilai perusahaan yang digunakan, terdapat beberapa proksi nilai perusahaan yang secara umum sering digunakan adalah sebagai berikut:

1. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) merupakan rasio dari perbandingan nilai pasar (market value) dengan nilai buku (book value) suatu saham perusahaan. Berdasarkan nilai rasio PBV, maka dapat mengetahui nilai perusahaan dari persepsi pasar (investor) dibandingkan nilai buku perusahaan tersebut, sehingga investor dapat mengetahui kondisi suatu saham overvalued atau undervalued. Dengan rumus:

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

2. Price earning ratio (PER)

Price earning ratio (PER) menunjukkan jumlah dana investor (pemegang saham) yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan (earning). Rasio ini dapat juga diartikan sebagai ukuran atau perbandingan antara harga saham perusahaan terhadap keuntungan yang diperoleh para pemegang saham perusahaan tersebut.

Price earning ratio (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu PER juga dapat menjadi proksi nilai perusahaan. Dengan rumus:

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

3. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya: Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014) dalam buku Endah Prawesti (2022). Dengan rumus:

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Dasar pertimbangan memilih variabel nilai perusahaan karena nilai perusahaan menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat menjadi lebih baik, dan para pemegang saham akan lebih banyak berinvestasi. mengubah perspektif investor terhadap perusahaan. Karena PBV memberi gambaran 99% tentang perusahaan, penulis memilih indikator PBV sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini. Rasio PBV digunakan untuk membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan. PBV menunjukkan kemampuan emiten untuk menghasilkan nilai dari modal yang diinvestasikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini akan mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Maria Cynthia Novyanny, Joyce A. Turangan 2019	Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan.
2	Afriyani dan Jumria 2020	Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Industri Perbankan di Indonesia Stock Exchange	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap Profitabilitas.
3	Riska Aisa Cahyani dan Sonang Sitohang 2020	Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, dan Solvabilitas terhadap profitabilitas	Hasil penelitian likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas.
4	Rizky Adhitya Nugraha, Mohammad Fany Alfarisi 2020	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel profitabilitas secara independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5	Martonius Ndruru, Pelita Br. Silaban, Jenni Sihaloho, Kwinta Monika Manurung, dan	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2017	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

	Tetty Tiurma Uli Sipahutar 2020		
6	Yunika Priscilla, Anwar Ramli, Anwar. 2021	Pengaruh Pertumbuhan Asset Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertumbuhan aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
7	I G. A Komang Trisnayanti Ni Luh Putu Wiagustini 2022	Pengaruh Leverage, Likuiditas, Modal Kerja dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Barang Konsumsi di BEI	Pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara positif terhadap profitabilitas.
8	Wahyu Indah Mursalini, Afniyeni, Mai Yuliza, Almasdi, Laras Restiana Putri 2022	Analisis Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	Terdapat pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas.
9	Ni Made Ayu Dewi Pradnyaswari Dan I Made Dana 2022	Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas
10	Putu Dian Darmayanti, Gede Putu Agus Jana Susila. 2022	Pengaruh Likuiditas, Aktivitas, Dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas.
11	Muhammad Rivandi, Berta Agus Petra 2022	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

12	Silvia Palayukan, Abdul Rijal, Sitti Hajerah Hasyim. (2024)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan,
----	---	---	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penyusunan paradigma penelitian dalam skripsi mengenai konsep yang diangkat oleh penulis yang berisi tentang variabel bebas (*Independen*), baik tunggal maupun jamak dalam kaitannya dengan variabel terikat (*Dependen*). Sehingga hasil interpretasi variabel bebas dapat mempengaruhi nilai variabel terikat, perubahan nilai variabel dependen dimaksudkan agar dapat menemui titik cerah bagi peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

2.3.1 Pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan perusahaan yaitu tingkatan perusahaan dalam menempatkan posisinya pada sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi yang sama. Perusahaan yang dapat berkembang dengan cepat akan mendapat manfaat dari peningkatan penjualan yang signifikan dan reputasi yang baik dari pasar. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas emiten akan meningkat seiring dengan pertumbuhannya.

Pertumbuhan dapat mempengaruhi profitabilitas melalui aset yang dimiliki perusahaan tersebut, dan dapat mempengaruhi produktivitas dan efisiensi perusahaan. Perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa sistem penjualan yang baik.

Penjualan adalah inti dari sebuah perusahaan. Untuk membuat emiten siap untuk proses produksi, peramalan penjualan yang tepat sangat penting.

Pertumbuhan perusahaan mempengaruhi profitabilitas. Jika bisnis ingin memperluas bisnisnya, pertumbuhan yang cepat dapat menunjukkan betapa besarnya kebutuhan dana. Kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan akan meningkat seiring dengan peningkatan aset dan hasil operasi. Investor akan melihat lebih banyak aset, yang berdampak pada harga saham. Pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan profitabilitas, yang memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang Susilawati et al. (2023),.

Pertumbuhan perusahaan atau pertumbuhan aset yang berdampak pada profitabilitas bisa menjadi indikator kesuksesan perusahaan. Meskipun pertumbuhan dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti peningkatan pendapatan atau ekspansi pasar, penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan tersebut juga berdampak pada profitabilitas perusahaan. Misalnya, peningkatan pendapatan yang diimbangi dengan biaya yang terkendali atau peningkatan efisiensi operasional dapat meningkatkan profitabilitas.

Menurut Trisnayanti, dan Wiagustini (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil ini mempunyai arti bahwa pertumbuhan berpengaruh terhadap profitability emiten manufaktur sektor industri barang konsumsi. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pertumbuhan emiten maka profitability yang diperoleh emiten akan semakin meningkat. Pertumbuhan perusahaan (company growth) adalah tingkatan

perusahaan dalam menempatkan posisinya pada sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi industri yang sama. Pada umumnya penempatan posisi perusahaan diantara pesaing – pesaingnya yang dapat berkembang dengan cepat akan menikmati hasil penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi dengan adanya peningkatan pangsa pasar.

Menurut Novyanny, dan Turangan (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas. Adanya pengaruh yang signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin besar nilai pertumbuhan perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi kenaikan profitabilitas.

Menurut Mursalini., at al, (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan jika pertumbuhan perusahaan meningkat maka dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut Priscilla., at al, (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini berarti semakin tinggi persentase pertumbuhan aset maka semakin bertambah pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (profit) serta menunjukkan bahwa pertumbuhan aset yang meningkat akan diikuti pula dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan dalam hal ini laba bersih yang menjadi hak pemegang saham perusahaan.

Menurut Alfindo, (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan aset belum tentu merupakan tolak ukur profitabilitas perusahaan. Karena, semakin tinggi pertumbuhan aset, semakin tinggi juga laba yang diharapkan.

2.3.2 Pengaruh Likuiditas terhadap profitabilitas

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi sejumlah hutang dalam jangka pendek, biasanya kurang dari satu tahun. Likuiditas terdiri dari aktiva lancar dan hutang lancar, yang merupakan modal kerja yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dan menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, likuiditas berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Rasio Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Tingkat likuiditas ditentukan dengan membandingkan modal bersih dengan penjualan bersih. Ketika penjualan meningkat, laba perusahaan meningkat, sehingga profitabilitas perusahaan meningkat. Sebaliknya, ketika penjualan menurun, profitabilitas perusahaan juga akan menurun Dewi Kusumawati at al. (2022).

Likuiditas dapat dikatakan penting untuk sebuah perusahaan karena memungkinkan perusahaan untuk mencukupi kewajiban jangka pendeknya, jika perusahaan tidak likuid dapat mengakibatkan risiko kebangkrutan karena perusahaan tidak mempunyai kemampuan dalam membayar kewajiban jangka pendek, likuiditas juga dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam mencukupi

kewajiban jangka pendeknya dan juga dapat mempengaruhi kemampuan dalam menghasilkan laba. Tetapi lebih baik perusahaan memiliki tingkat likuiditas, aset dan kas yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah, agar dampak pada penurunan dan peningkatan profitabilitas dapat disesuaikan.

Menurut Cahyani dan Sitohang (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Artinya, apabila Likuiditas mengalami peningkatan maka Profitabilitas akan meningkat juga. Sehingga, perusahaan dapat memenuhi hutang dalam jatuh tempo tanpa adanya peningkatan aktiva yang dapat menimbulkan penurunan laba atau keutungan. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat kemampuan dalam memenuhi hutang perusahaan akan semakin meningkat dan mudah jalannya untuk menghasilkan laba atau keutungan bagi Perusahaan.

Menurut Pradnyaswari dan Dana (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi likuiditas maka akan turut meningkatkan nilai profitabilitas perusahaan. Likuiditas yang semakin tinggi mengindikasikan tersedianya modal kerja yang dapat digunakan untuk operasional perusahaan. Apabila operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik, maka aktivitas penjualan perusahaan juga turut berjalan dengan baik.

Menurut Afriyani, dan Jumria (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa Likuiditas yang terdiri aktiva lancar dan hutang lancar merupakan modal kerja perusahaan

digunakan untuk kegiatan aktivitas perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat menciptakan laba.

Menurut Darmayanti dan Susila (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin tinggi aktiva lancar yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan profitabilitas. Selain itu dengan meningkatnya likuiditas dalam sebuah perusahaan, maka akan membantu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang ditutupi oleh aset yang diharapkan akan dirubah menjadi kas dalam waktu dekat.

Menurut Pratama dan Sufina, (2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini dikarenakan likuiditas perusahaan yang diukur dengan current ratio. Current ratio diukur dengan membandingkan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Current ratio yang tinggi dapat diartikan bahwa dana yang ada pada perusahaan digunakan untuk menjaga batas likuiditas minimum sehingga dana yang akan dipinjamkan kecil.

2.3.3 Dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah faktor utama yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan; bisnis yang menghasilkan profitabilitas yang stabil dan konsisten cenderung memiliki valuasi yang lebih tinggi dan menarik investor. Akibatnya, manajemen perusahaan sering berusaha meningkatkan profitabilitas sebagai bagian dari strategi pertumbuhan mereka untuk mencapai nilai perusahaan yang ideal.

Semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan meningkatkan laba per lembar saham yang membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan membeli saham perusahaan itu, jika banyak para investor yang membeli saham perusahaan tersebut maka harga sahamnya akan semakin naik dan meningkatkan nilai perusahaan Hery (2017:17).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau laba selama satu periode. Laba merupakan ukuran yang umumnya digunakan untuk menilai kinerja operasional suatu organisasi. Informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Baik investor maupun kreditor menggunakan informasi laba untuk mengukur keberhasilan kinerja manajemen dan mengukur prediksi laba dimasa yang akan datang Rossa at al. (2023).

Menurut Martonius Ndruru at al. (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan ada nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh profitabilitas. Kondisi ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan juga, dan sebaliknya. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba tinggi bagi pemegang saham tercermin dari profitabilitas yang tinggi.

Menurut Nugraha dan Alfarisi (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai positif pada profitabilitas mengindikasikan bahwa peningkatan nilai profitabilitas akan menyebabkan kenaikan terhadap nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya. Pada dasarnya profitabilitas yakni seberapa mampu perusahaan dalam menghasilkan laba dari

setiap kegiatan yang dilakukan pada periode akuntansi tertentu. Rasio ini menjadi tolak ukur dalam menilai seberapa efektifnya manajemen dalam menciptakan keuntungan (return) bagi perusahaan.

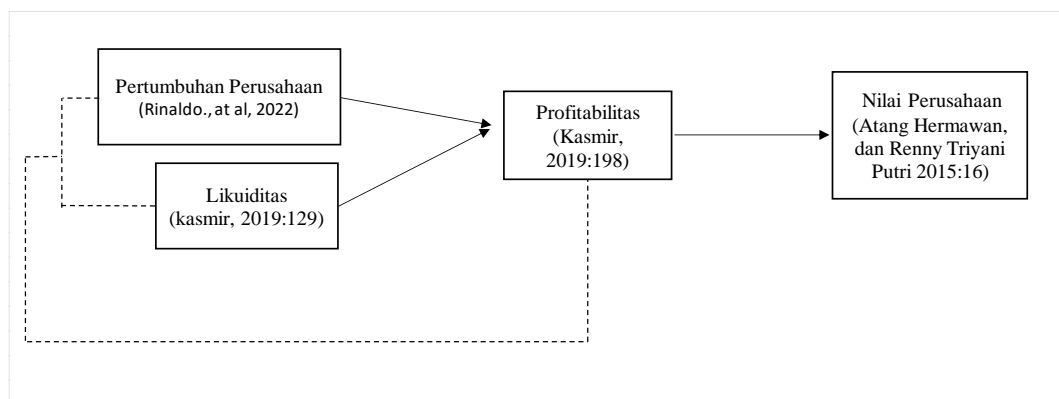
Menurut Rivandi dan Petra (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Apabila pengembalian aset tinggi, maka meningkat pula laba bersih perusahaan yang diperoleh dari total aset. Peningkatan laba perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor dalam melakukan investasi, sehingga dapat memberikan deviden yang tinggi pula kepada pemegang saham yang secara otomatis dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Palayukan., at al, (2024) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal itu juga ditandai dengan adanya peningkatan nilai profitabilitas yang diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pulai nilai perusahaan begitupun sebaliknya, rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan maka akan menyebabkan nilai perusahaan juga rendah.

Menurut Clarinda at al, (2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. karena profitabilitas dianggap tidak dapat menggambarkan tingkat keuntungan, tetapi hanya dapat memberikan gambaran laba atas investasi yang dilakukan oleh investor. Oleh

karena itu, profitabilitas belum tentu diperhatikan dalam melakukan pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikembangkan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu dibuktikan melalui data yang terkumpul (Sugiyono, 2023:219).

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis 2 : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis 3 : Likuiditas berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis 4 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan