

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Growth Opportunity*

2.1.1.1 Definisi *Growth Opportunity*

Growth opportunity menjelaskan bagaimana prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. *Growth opportunity* yang dihadapi oleh perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan.

(Bintara, 2018) mendefinisikan *Growth opportunity* sebagai berikut :

Growth opportunity adalah perusahaan yang memiliki kesempatan atau peluang untuk bertumbuh atau mencapai tingkat pertumbuhan atau mengembangkan perusahaannya. *Growth opportunity* merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan pada masa depan.

Growth menunjukkan pertumbuhan aset dimana asset merupakan aktiva yang digunakan dalam aktiva operasional perusahaan. Seorang manajer dalam bisnis perusahaan akan memperhatikan pertumbuhan dan lebih menyukai menginvestasikan pendapatan setelah pajak dan diharapkan kinerja yang lebih baik dalam pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

Growth opportunity disebut juga kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2011).

Menurut Brigham dan Houston (2011) sebagai berikut :

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang untuk mengembangkan perusahaannya. Perusahaan dapat melihat prospek masa depan dengan melihat peluang pertumbuhan tersebut. Peluang pertumbuhan yang tinggi dalam usaha cenderung membutuhkan modal yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan usaha di masa yang akan datang, sehingga berpengaruh terhadap permodalan suatu perusahaan.

Semakin besar kebutuhan dana di masa yang akan datang, akan semakin memungkinkan perusahaan menahan keuntungan dan tidak membayarkannya sebagai dividen. Oleh karenanya, potensi pertumbuhan perusahaan menjadi faktor penting yang menentukan kebijakan dividen. Perusahaan yang pesat cenderung lebih banyak menggunakan utang dari pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan lebih lambat (Brighan dan Houston, 2011:189).

Berdasarkan pengertian diatas dan pemahaman penulis dapat disimpulkan bahwa *Growth Opportunity* ialah kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh di masa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi akan berupaya meningkatkan aktiva dengan menggunakan persentase penjualan dan perubahan aktiva. Perusahaan yang memiliki tingkat kesempatan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi pula pada investor karena pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa adanya perkembangan perusahaan serta memiliki aspek yang menguntungkan dan investor pun akan mengharapkan tingkat pembelian dari investasi yang dilakukan.

2.1.1.2 Metode Untuk Pengukuran *growth opportunity*

Growth opportunity atau peluang pertumbuhan perusahaan dapat didefinisikan sebagai peluang investasi perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang. *Growth opportunity* diukur dengan metode Price to Book value yang dapat diambil pada laporan keuangan diakhir periode. Menurut Setiawan (2006) *Growth Opportunity* dapat dihitung dengan rumus:

$$Price\ to\ Book\ Values = \frac{Harga\ Pasar\ Saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham}$$

Growth opportunity juga disebut sebagai kesempatan bertumbuh, yang dapat diukur menggunakan rasio market to book value of equity. Rasio ini menunjukkan besarnya perbandingan antara nilai pasar saham dengan besarnya ekuitas perusahaan. Rasio ini mencerminkan pasar yang menilai return dari investasi perusahaan di masa mendatang akan lebih besar dari return yang diharapkan dari ekuitasnya. Rasio market to book value of equity merupakan nilai sekarang dari pilihan perusahaan untuk membuat investasi dimasa yang akan datang. Pengukuran *growth opportunity* dilakukan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Halim dan Arfianti (2021) dengan rumus sebagai berikut:

$$MBE = \frac{Jumlah\ saham\ yang\ beredar \times Harga\ Saham}{Total\ Ekuitas}$$

Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) karena pertumbuhan penjualan mempengaruhi tingkat akrual perusahaan seperti persediaan, piutang dan lain lain ((Ahmed dan Duellman, 2007) dalam (Savitri: 2016: 78). Dalam Kasmir (2014: 107) rumus pengukuran pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan tahun}_t - \text{penjualan tahun}_{t-1}}{\text{Penjualan tahun}_{t-1}}$$

Dari beberapa jenis pengukuran rasio *growth opportunity* di atas maka dalam penelitian ini penulis menggunakan sales growth dapat diukur menggunakan dengan cara mengurangi jumlah penjualan di periode ini dengan periode sebelumnya, membaginya dengan penjualan di periode sebelumnya. Karena pertumbuhan penjualan merupakan suatu indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.

2.1.2 Likiuditas

Likuiditas sering digunakan oleh investor untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, yang merupakan rasio antara asset lancar dibagi utang lancar. Menurut (Ayu Sudiani & Ayu Darmayanti, 2019). *Current Ratio* dapat memberikan gambaran tentang kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban kewajiban jangka pendeknya.

Menurut Kasmir, 2017:128 Likuiditas sendiri merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Artinya ketika perusahaan menerbitkan faktur, perusahaan dapat melunasi hutangnya terutama yang telah jatuh tempo. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan likuiditas adalah untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi dan membiayai kewajiban (utang) pada saat ditagih

Hery (2016:149) mengatakan Bahwa Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kapabilitas perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya.

Sejalan dengan itu Prastowo, (2011:83) mengatakan bahwa rasio likuiditas adalah

“Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditor jangka pendek. Rasio likuiditas atau disebut juga rasio modal kerja bertujuan mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya”.

2.1.2.1 Pengukuran Likuiditas

Rasio Lancar (*Current Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan total asset lancar yang ada. Rasio ini menunjukkan total ketersediaan asset lancar yang dimiliki dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Berikut adalah jenis-jenis rasio likuiditas menurut (Hery, 2016:152).

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio*) merupakan rasio dimana persediaan dan biaya dikurangi dari total aktiva lancar, dan hanya menyisakan aktiva lancar yang likuid saja yang kemudian dibagi dengan kewajiban lancar.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan} - \text{Biaya Dibayar di Muka}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Rasio kas (*Cash Ratio*) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dengan perbandingan kas yang ada di perusahaan dan di bank dengan kewajiban lancar.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2.1.2.2 Tujuan Dan Manfaat Likuiditas

Menurut Kasmir (2018:132) berikut ini adalah tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari rasio likuiditas:

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

2.1.3 Leverage

2.1.6.1 Pengertian Leverage

Untuk menjalankan bisnisnya setiap perusahaan memiliki kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan keuangan agar perusahaan tetap berjalan sebagaimana mestinya. Perusahaan yang sudah *Go Public* pastinya tidak akan lepas dari utang yang dapat digunakan untuk memperluas usahanya secara ekstensifikasi maupun intensifikasi. *Leverage* menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang dan menunjukkan indikasi tingkat keamanan dari para pemberi pinjaman. Ketika sebuah perusahaan telah diberi pinjaman oleh kreditor, maka kreditor secara otomatis mempunyai kepentingan terhadap keamanan dana yang ia pinjamkan, yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan. Dan juga untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan, maka diperlukan perhitungan rasio *leverage*.

Leverage merupakan rasio yang memproyeksikan keadaan hutang dalam keuangan perusahaan, berikut pengertian leverage menurut beberapa ahli Menurut Kasmir (2014:153)

Leverage adalah Rasio solvabilitas atau *Leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang.

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kasmir. Pengertian leverage ini ditegaskan kembali oleh Irham Fahmi (2015:106) yang menyatakan leverage adalah:

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

Pengertian leverage ini juga didukung oleh pendapat Brigham dan Houston (2010:140) dalam bukunya yang menyatakan rasio leverage merupakan Rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (financial leverage) sehingga kita mampu melihat kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan hutang.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa rasio leverage merupakan suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (*long term loan*) seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Hutang jangka panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun. Rasio

leverage dan rasio likuiditas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, namun kedua-duanya memiliki perbedaan dalam jangka waktu pemenuhan kewajibannya. Dimana rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya sedangkan rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban lancarnya seperti hutang dagang dan lain sebagainya

Rasio *leverage* ini membandingkan keseluruhan beban hutang perusahaan terhadap ekuitasnya. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan seberapa banyak aset perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dibandingkan dengan aset yang dimiliki oleh kreditor (pemberi hutang). Jika pemegang saham memiliki lebih banyak aset, maka perusahaan tersebut dikatakan kurang *leverage*. Namun jika kreditor (pemberi hutang) memiliki mayoritas aset, maka perusahaan yang bersangkutan dikatakan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi.

Rasio solvabilitas atau rasio *leverage* ini sangat membantu manajemen maupun investor untuk memahami bagaimana tingkat risiko struktur modal pada perusahaannya Menurut Kasmir (2014:150)

Pada dasarnya pengukuran rasio ini adalah dua pendekatan yaitu dengan mengukur rasio-rasio neraca dengan melihat sejauh mana pinjaman digunakan untuk permodalan dan melalui pendekatan laba rugi.

2.1.6.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Kasmir (2015:153) berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio leverage yaitu:

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

2.1.6.3 Jenis-jenis *Leverage*

Terdapat 3 jenis *leverage* yang diungkapkan oleh Hanifi (2004:327) diantaranya yaitu: *Operating Leverage*, *Financial Leverage* dan *Combination Leverage*. Berikut ini penjelasan mengenai ketiga jenis leverage tersebut:

1. Leverage Operasi (*Operating Leverage*)

Menurut Syamsuddin (2013:107), leverage operasi merupakan kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *Earning Before Interest And Taxes* (EBIT).

Leverage operasi timbul sebagai akibat dari adanya beban tetap yang ditanggung dalam operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki biaya operasi tetap atau biaya modal tetap, maka menggunakan *leverage*. Dengan menggunakan *Operating Leverage* perusahaan mengharapkan perubahan

penjualan akan mengakibatkan perubahan laba sebelum bunga dan pajak yang lebih besar.

Beban tetap operasional tersebut biasanya berasal dari biaya depresiasi, biaya produksi dan pemasaran yang bersifat tetap misalnya gaji karyawan. Sebagai kebalikannya, beban variabel operasional. Contoh biaya variabel seperti biaya tenaga kerja yang dibayar berdasarkan produk yang dihasilkan. *Leverage* operasi adalah pengaruh biaya tetap operasional terhadap kemampuan perusahaan untuk menutup biaya tersebut. Dengan kata lain, pengaruh perubahan volume penjualan (Q) terhadap laba sebelum bunga dan pajak (EBIT). Besar kecilnya *leverage* operasi dihitung dengan DOL (*Degree of Operating Leverage*) dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{DOL} = \frac{\text{persentase perubahan EBIT}}{\text{persentase perubahan penjualan}}$$

Analisis *Leverage* operasi bertujuan untuk mengetahui seberapa peka laba operasi terhadap perubahan hasil penjualan dan berapa penjualan minimal yang harus didapatkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian.

2. *Leverage* Keuangan (*Financial Leverage*)

Financial leverage adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan beranggapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. Kebijakan perusahaan mendapatkan modal pinjaman dari luar ditinjau dari bidang

manajemen keuangan merupakan penerapan *Financial Leverage* dimana perusahaan membiayai kegiatannya dengan menggunakan modal pinjaman serta menanggung suatu beban tetap yang bertujuan untuk meningkatkan laba per lembar saham.

Financial leverage timbul karena adanya kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan perusahaan. Kewajiban finansial yang tetap ini tidaklah berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus di bayar tanpa melihat sebesar apapun tingkat EBIT yang dicapai perusahaan. Besar kecilnya *leverage financial* dihitung dengan DFL (*Degree of financial leverage*). DFL menunjukkan seberapa jauh perubahan EPS karena perubahan tertentu dari EBIT. Makin besar DFL-nya, maka makin besar risiko finansial perusahaan tersebut. Dan perusahaan yang memiliki DFL yang tinggi adalah perusahaan yang mempunyai utang dalam proporsi yang lebih besar. DFL (*Degree of financial leverage*) dapat diperoleh dengan rumus berikut ini:

$$DFL = \frac{\text{persentase perubahan EPS}}{\text{persentase perubahan EBIT}}$$

DFL yang besar menunjukkan bahwa perubahan tingkat EBIT akan menghasilkan perubahan yang besar pada laba bersih (EAT) atau pendapatan per lembar saham (EPS). Pada kenyataannya, beban tetap bunga ini dapat berupa beban seluruh utang atau obligasi yang ada dan biaya deviden untuk

saham preferen yang memiliki beban pembayaran tetap setelah perhitungan sebelum pajak.

3. *Leverage* Gabungan (*Combination Leverage*)

Leverage gabungan merupakan pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba setelah pajak untuk mengukur secara langsung efek perubahan penjualan terhadap perubahan laba rugi pemegang saham dengan *Degree of Combine Leverage* (DCL) yang didefinisikan sebagai persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat persentase perubahan dalam unit yang terjual.

Combination leverage terjadi jika perusahaan memiliki baik *Operating Leverage* maupun *Financial Leverage* dalam usahanya untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham biasa.

2.1.6.4 Pengukuran *Leverage*

Pada rasio *Leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *Leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir dalam bukunya (2014:155) yaitu:

1. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang Terhadap Ekuitas)

Debt to Equity Ratio atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) atau Rasio Hutang Terhadap Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*Liabilities*) dan membaginya dengan Ekuitas (*Equity*).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Debt Ratio atau Rasio Hutang adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. *Debt Ratio* atau Rasio Hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (Total *Liabilities*) dengan total aset yang dimilikinya. *Debt Ratio* ini sering juga disebut dengan Rasio Hutang Terhadap Total Aset (Total *Debt to Total Assets Ratio*).

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Times Interest Earned Ratio*

Times Interest Earned adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. Times Interest Earned Ratio ini juga sering disebut juga Interest Coverage Ratio. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba sebelum Pajak Dan bunga}}{\text{Beban Bunga}}$$

Dari ketiga rasio yang dapat dijadikan sebagai indikator dari besarnya leverage. Penulis memilih menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai indikator dari penelitian terhadap *Leverage*. Karena rasio ini sering digunakan para analisis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham.

2.1.7 Nilai Perusahaan

2.1.7.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang bergantung pada peluangnya untuk tumbuh, dimana peluang ini bergantung pada kemampuan untuk menarik modal. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Menurut (GOOD, 2015) nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan”.

(Yuliyanti, 2019) menjelaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan. Hal ini akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah go public.

Sedangkan menurut (Mukhtaruddin et al., 2019) Nilai Perusahaan didefinisikan sebagai berikut:

“Nilai Perusahaan merupakan nilai yang dapat mengukur tingkat kualitas dari sebuah nilai yang menjelaskan berapa besarnya tingkat kepentingan sebuah perusahaan dimata para investor.”

Berdasarkan definisi definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Nilai perusahaan adalah ukuran dari kekayaan bersih perusahaan yang mencerminkan nilai total aset perusahaan setelah dikurangi dengan total kewajiban. Kesimpulan

dari pengertian nilai perusahaan adalah bahwa nilai ini memberikan gambaran tentang seberapa berharga atau berpotensi suatu perusahaan dalam menciptakan nilai bagi para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan memahami nilai perusahaan, manajemen dapat mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta keberlanjutan bisnisnya.

2.1.7.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Silvia Indrarini (2019) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar.

Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri atas:

1. Market to Book Ratio (MBR)

Market to Book Ratio (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham.

$$\text{MBR} = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}}$$

2. Market to Book Assets Ratio

Market to Book Assets Ratio yaitu ekspektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar dengan nilai buku aset.

$$\text{M/R} = \frac{\text{Market Capitalization}}{\text{Total Book Value}}$$

3. Price to BookValue (PBV)

Price to Book Value (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

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

4. Market Value of Equity (MVE)

Market Value of Equity (MVE) yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas adalah jumlah ekuitas (saham beredar) dikali dengan harga perlembar ekuitas/saham.

$$MVE = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

5. Enterprise Value (EV)

Enterprise Value (EV) yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah minority interest dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas.

$$EV = \text{Kapitalisasi Pasar} + \text{Hutang Bank} - \text{Kas \& Setara Kas}$$

6. Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual.

$$PER = \frac{\text{Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

7. Tobin's Q

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar dengan suatu perusahaan dengan pasar keuangan dan nilai penggantian aset (aset replacement value) perusahaan.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EMV + D)}$$

Keterangan:

Q	= Nilai perusahaan
EMV	= Nilai pasar ekuitas
EBV	= Nilai buku dari total aktiva
D	= Nilai buku dari total hutang

Maka dari itu penulis mempertimbangkan dan memilih variabel nilai perusahaan dengan perhitungan Price to Book Value (PBV) karena metode ini memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara harga saham perusahaan dengan nilai buku bersih per saham. Informasi tentang Nilai Aktiva Bersih PBV menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham perusahaan dengan nilai aset bersih per saham. Hal ini memberikan informasi tentang seberapa efisien harga saham mencerminkan nilai aset riil perusahaan.

Perhitungan PBV relatif sederhana dan mudah dipahami, sehingga bisa memberikan informasi yang cukup relevan tanpa kompleksitas yang terlalu tinggi. PBV memberikan gambaran seimbang antara faktor nilai pasar (harga saham) dengan faktor nilai intrinsik (nilai aset bersih). Dengan demikian, PBV bisa memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang valuasi suatu perusahaan.

Dengan memperhitungkan PBV, nilai perusahaan bisa mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai valuasi saham dan nilai intrinsik perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan investasi dan strategi bisnis yang lebih baik.

2.1.8 Profitabilitas

2.1.8.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas sebagai salah satu acuan dalam mengukur besarnya laba menjadi begitu penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan usahanya secara efisien. Efisiensi sebuah usaha baru dapat diketahui setelah membandingkan laba yang diperoleh dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal.

Menurut Hakim (2021) rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang menunjukkan tingkat imbalan atau perolehan (keuntungan) dibandingkan dengan penjualan. Semakin baik rasio profitabilitas mengidentifikasi bahwa semakin baik kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Pengertian Rasio Profitabilitas menurut Kieso *et,al* (2008:400) Rasio Profitabilitas adalah :

“Mengukur pendapatan atau keberhasilan operasi dari sebuah perusahaan untuk periode waktu tertentu”.

2.1.8.2 Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah sebagai berikut:

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 mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
5. Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.
7. Dan tujuan lainnya

2.1.8.3 Jenis Jenis Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk 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 Gultom (2019) jenis jenis pengukuran dibagi menjadi beberapa bagian antara lain:

1. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin merupakan rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. Semakin besar *Gross Profit Margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan penjualan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{(\text{Sales} - \text{COGS})}{\text{Sales}}$$

2. *Operating Profit Margin*

Operating Profit Margin merupakan perbandingan antara laba usaha dan penjualan. *Operating Profit Margin* merupakan rasio yang menggambarkan apa yang biasanya disebut pure profit yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Hal ini terlihat dari nilai *Operating Profit Margin* terjadi

penurunan rasio yang tidak stabil bahwa perusahaan tersebut kurang mampu menghasilkan pendapatan.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{earning before interest and Tax (EBIT)}}{\text{Sales}}$$

3. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu. *Net Profit Margin* dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan. Semakin tinggi. *Net Profit Margin* maka suatu perusahaan semakin efektif dalam menjalankan Operasinya.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

4. Return on Equity

Return on Equity merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah dengan total ekuitas. Return on equity merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After tax (EAT)}}{\text{Shareholders' Equity}}$$

5. Hasil Pengembalian Aset (*Return on Asset*)

Rasio *return on assets* menunjukkan kemampuan sejauh mana seluruh aset suatu perusahaan dapat memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Aset}}$$

Berdasarkan definisi yang sudah dijelaskan di atas, maka dari itu penulis memilih perhitungan dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA), yang dimana ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Assets atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva- aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. ROA adalah Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva setelah bunga dan pajak. 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 diketahui.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Growth Opportunity, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dan

Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating yang menjadi bahan masukan atau bahan rujukan peneliti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Hasil penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Pengaruh <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Firlana & Irhan, 2019)	<i>Leverage</i> , Nilai Perusahaan, Profitabilitas	Ukuran Perusahaan, Variabel Mediasi	<i>Leverage</i> , ukuran perusahaan dan profitabilitas positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas signifikan memediasi <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas signifikan memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
2	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Nugraha, 2020)	<i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas, Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas dan variabel <i>Leverage</i> pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. • Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan • Ukuran Perusahaan pengaruh negatif tidak signifikan

				terhadap Nilai Perusahaan
3	<p>Pengaruh <i>Growth Opportunity</i> Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia</p> <p>(Akmaris et al., 2022)</p>	<p><i>Growth Opportunity</i>, Nilai Perusahaan, Profitabilitas,</p>	<p>Profitabilitas, Struktur Modal, Variabel <i>Intervening</i></p>	<p><i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap struktur modal tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal dan nilai perusahaan</p>
4	<p>Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2017</p> <p>(Ndruru et al., 2020) Martonius Ndruru; Pelita Br. Silaban; Jenni Sihaloho; Kwinta Monika Manurung; Tetty Tiurma Uli Sipahutar 2019</p>	<p>Likuiditas, Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas</p>	<p>Profitabilitas</p>	<p>Likuiditas tidak pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Leverage pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan</p>
5	<p>Pengaruh Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan</p>	<p>Growth Opportunity, Profitabilitas, Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderating</p>	<p>Ukuran Perusahaan,</p>	<p>Growth Opportunity, Ukuran Perusahaan pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, Variabel Moderating tidak memperkuat (memperlemah)</p>

	Sebagai Variabel Moderating (Kopong & Nurzanah, 2016) Yeny Kopong, Riska Nurzanah. 2016			Growth Opportunity terhadap Profitabilitas
6	Pengaruh <i>growth opportunity</i> , likuiditas, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel <i>intervening</i> (Pratiwi & Muthohar, 2021) Adillah Pratiwi ^{1*} , Ahmad Mifdlol Muthohar, 2021	Pengaruh <i>growth opportunity</i> , likuiditas, dan <i>leverage</i> , nilai perusahaan Profitabilitas	Variabel <i>Intervening</i>	<i>Growth Opportunity</i> Tidak Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan, Sementara Variabel Likuiditas, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Berpegangaruh Negatif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan
7	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan, CSR sebagai Pemoderasi (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021) Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati, 2021	Likuiditas, <i>Leverage</i> , Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Pemoderasi	Profitabilitas, CSR	Likuiditas, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memoderasi pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan juga <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan
8	Pengaruh Likuiditas, Growth Opportunity dan Ukuran	Pengaruh Likuiditas, Growth Opportunity, Profitabilitas,	Ukuran Perusahaan, Struktur Modal	<ul style="list-style-type: none"> • Likuiditas, <i>Growth Opportunity</i>, Ukuran Perusahaan, negatif

	<p>Perusahaan terhadap Struktur Modal dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi</p> <p>(Salam & Sunarto, 2022) Jeffri Andrian Salam¹, Sunarto Sunarto, 2022</p>	Variabel Moderasi		<p>, Profitabilitas ,signifikan terhadap struktur modal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moderasi 1 dapat memoderasi kan likuiditas terhadap struktur modal • Moderasi 2 Profitabilitas tidak dapat memoderasi kan <i>Growth Opportunity</i> terhadap struktur modal • Moderasi 3 Profitabilitas dapat memoderasikan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal
9	<p>Pengaruh Profitabilitas Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2019</p> <p>(Asmeri et al., 2022) Rina Asmeri¹, Sri Yuli Ayu Putri²,</p>	Growth Opportunity, Profitabilita, Nilai Perusahaan	Profitabilitas	<p>- Profitabilitas secara persial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>- <i>Growth Opportunity</i> secara persial berpengaruh signifikan terhadap nilai.</p> <p>- Profitabilitas dan <i>Growth Opportunity</i> secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan</p>

	Muhammad Hasan Hasbi ³ , 2022			
10	<p>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI</p> <p>(Adhyasta & Sudarsi, 2023) Daffa Adhyasta, Sri Sudarsi, 2023</p>	Likuiditas, Nilai Perusahaan	Profitabilitas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan	Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
11	<p><i>The Influence Of Firm Size, Leverage, Liquidity, Cash Turnover On Profitability</i></p> <p>(Gunawan & Ramli, 2023) Tipanirah Gunawan, 2023</p>	<i>Leverage, Liquidity, Profitability</i>	<i>Firm Size, Cash Turnover, Growth Opportunity,</i>	<i>Firm size has a negative and significant effect on profitability, leverage has a negative and significant effect on profitability and liquidity. Has a positive and significant influence on profitability, cash turnover has a negative and significant influence on profitability</i>
12	<p><i>The Effect Of Liquidity Leverage, Investment On The Value Of Consumer Goods Sector Companies Listed On The</i></p>	<i>Liquidity Leverage, Investment On The Value</i>	<i>Growth Oppoertunity, variabel Moderating, Profitability</i>	<i>Indicate that leverage has no effect on firm value. Indicate that liquidity has no effect on firm value. Indicate that investment has a</i>

	<i>Indonesia Stock Exchange</i> (Yanti & Hama, 2022)			<i>positive and significant effect on firm value.</i>
--	---	--	--	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini mengacu pada kajian Pustaka dan penelitian terdahulu mengenai faktor faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Hal ini mendorong peneliti untuk mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan yaitu *Growth opportunity*, Likuiditas, dan *Leverage*.

2.3.1 Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Growth opportunity mengindikasikan adanya kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa depan dengan memanfaatkan peluang investasi, agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan sangat penting untuk dimiliki perusahaan, karena pertumbuhan perusahaan adalah salah satu indikator kesuksesan perusahaan. Pertumbuhan pada perusahaan dapat meningkatkan ukuran serta aktivitas perusahaan dalam jangka panjang. Peningkatan ukuran dan aktivitas perusahaan secara jangka panjang akan dapat meningkatkan penjualan dan mengakibatkan semakin besarnya laba yang didapat perusahaan. Dengan semakin besarnya laba dan ukuran oleh perusahaan maka perusahaan akan semakin mampu untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam industrinya. Perusahaan juga

memiliki kemungkinan yang semakin besar untuk dapat memenangkan pasar dan menjadi market leader dalam industri bisnisnya.

Penelitian yang dilakukan (Akmaris et al., 2022) Resma Febiawanticha, Ika Wahyun, Ida Subaida (2023) dan Rina Asmeri, Sri Yuli Ayu Putri, Muhammad Hasan Hasbi (2021) menyatakan bahwa *growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. investor tertarik kepada pertumbuhan perusahaan karena memberikan aspek yang positif dalam arti bahwa dengan adanya pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki prospek yang menguntungkan di masa depan dan investor berharap rate of return atas investasi yang mereka tanamkan akan tinggi. Jika *growth opportunity* semakin tinggi maka nilai perusahaan juga semakin tinggi dan begitu juga sebaliknya semakin rendah *growth opportunity* maka nilai perusahaan juga semakin rendah.. *Growth opportunity* merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. dengan perusahaan yang memiliki pertumbuhan positif akan memiliki penilaian positif bagi investor, hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hery (2016:149) mengatakan Bahwa Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kapabilitas perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas tinggi mengindikasikan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung tinggi, artinya semakin likuid perusahaan maka semakin tinggi kepercayaan investor dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan .

Penelitian yang dilakukan oleh (Sianipar et al., 2022) Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati (2021) dan (Pratiwi & Muthohar, 2021) menyatakan bahwa semakin tinggi rasio maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Selain itu tingginya rasio likuiditas menggambarkan likuidnya dana perusahaan untuk menjalankan operasional perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi tentunya dianggap menjadi prospek bagus oleh para investor, karena mereka memiliki persepsi bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat meningkatkan harga saham yang berarti nilai perusahaan juga meningkat. Likuiditas direaksikan dan dipertimbangkan oleh penanam modal dalam mensurvei presentasi moneter suatu organisasi. *Current ratio* yang rendah dapat berdampak pada pengurangan biaya persediaan organisasi, namun jika terlalu tinggi dapat menurunkan kapasitas manfaat organisasi mengingat banyaknya aset yang tidak aktif. Apabila banyaknya piutang tak tertagih dan persediaan aset yang tidak terjual membanjiri bagian-bagian lain dari sumber daya yang ada, tentu saja ini akan mempengaruhi proporsi perusahaan saat ini, yang akan tinggi dan akan terlihat seolah-olah organisasi dalam kondisi likuid. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Thaib & Dewantoro (2017) yang juga memaparkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan penelitian (Nugraha, 2019) menyatakan Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan semakin tingginya tingkat likuiditas perusahaan, maka akan menurunkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan tersebut terdapat aset atau kas yang

mengganggu atau tidak digunakan yang tidak dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan secara maksimal dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya.

2.3.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat memberikan keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan jika digunakan dengan bijak dan seimbang. Namun, penggunaan *leverage* yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan biaya keuangan, yang pada akhirnya dapat merugikan nilai perusahaan. Oleh karena itu, keputusan mengenai *leverage* harus diambil dengan mempertimbangkan semua faktor risiko dan keuntungan yang terkait, serta kondisi spesifik perusahaan dan pasar. *Leverage* merupakan suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (long term loan) seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ndruru et al., 2020) Martonius Ndruru, Pelita Br. Silaban, Jenni Sihalohe, Kwinta Monika Manurung, Tetty Tiurma Uli Sipahutar (2019) menyatakan bahwa mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Rasio *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola utangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali

utangnya. Ketika perusahaan mampu mengoptimalkan utangnya maka hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan utang dapat diartikan oleh investor sebagai suatu kemampuan bagi perusahaan untuk dapat membayar beberapa kewajiban di masa yang akan datang.

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh *Growth*

***Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan**

Laba dihasilkan emiten sebagian digunakan untuk pembayaran utang yang sudah jatuh tempo. Kemampuan perusahaan untuk membayar hutang yang jatuh tempo merupakan salah satu prestasi perusahaan. Hasil penelitian (P. I. P. Sari & Abundanti, 2014) yang menyatakan Profitabilitas memoderasi Pertumbuhan. Profitabilitas merupakan laba yang dihasilkan dari penggunaan aset yang dimiliki perusahaan.. Pertumbuhan perusahaan yang semakin cepat menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Penelitian (Retnasari et al., 2021) ditunjukkan pertumbuhan perusahaan mempengaruhi profitabilitas. Growth perusahaan yang meningkat dapat memoderasi pada peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan.

Menurut penelitian tersebut, Profitabilitas memoderasi hubungan growth opportunity terhadap nilai perusahaan semakin emiten tersebut bertumbuh maka kemampuan emiten untuk menghasilkan laba semakin tinggi, dengan arti harus tetap membuat prospek baik, serta memicu pemodal lebih peningkatan permintaan saham. Peningkatan permintaan saham memberikan nilai perusahaan serta memacu pemodal meningkatkan permintaan saham.

2.3.5 Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

ROA yakni tolak ukur mampunya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan seerta aset yang dimiliki oleh emiten. Dengan ini membuktikan bahwa perusahaan yang maksimal menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba akan mengurangi penggunaan hutang dalam aktivitas perusahaan. Laba yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaaan (Sutama & Lisa, 2018).

Profitabilitas mempekuat hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Emiten dengan keefektifan dan keefisienan penggunaan aktiva lancar yang dimiliki terkait pembayaran utang lancarnya, maka memiliki dampak dengan berkurangnya biaya dan laba dapat mengalami peningkatan. Baiknya emiten memperhatikan aset emiten agar bertumbuhnya aset yang meningkat ini menandakan sinyal positif emiten mampu menggunakan asetnya secara optimal. Penyebabnya ialah pemodal akan lebih ingin berinvestasi (Retnasari et al., 2021).

2.3.6 Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh leverage terhadap Nilai Perusahaan

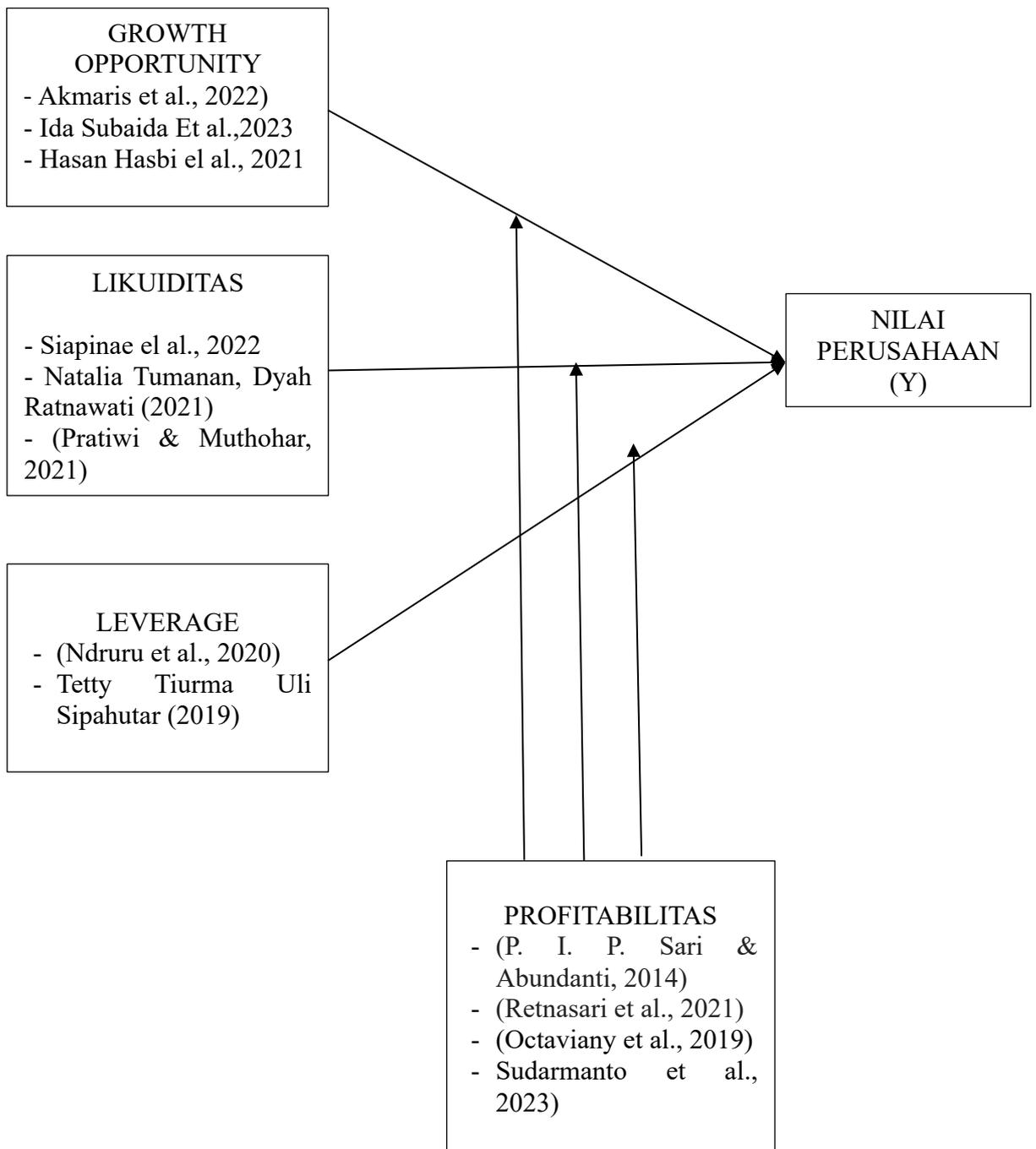
Setiap perusahaan selalu mempertimbangkan penggunaan hutangnya atau biasa disebut Leverage, yaitu penggunaan aset dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar

meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Menurut (Ramadhani et al. 2018),

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sudarmanto et al., 2023) Inez (Sudarmanto et al., 2023) Novitasari Putri (2023) menyatakan bahwa Leverage digunakan untuk menjelaskan penggunaan hutang untuk membiayai sebagian daripada aktiva korporasi. Pembiayaan hutang mempunyai pengaruh bagi korporasi karena hutang mempunyai beban yang bersifat tetap. Dalam hal ini profitabilitas dapat memoderasi atau memperlemah hubungan antara kebijakan hutang dengan nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki peran penting dalam kebijakan hutang, dimana kebijakan ini pada akhirnya dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang profitnya tinggi akan lebih menggunakan dana internal, karena sumber dana internalnya melimpah. Keputusan perusahaan dalam mendanai perusahaan akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini memprediksikan bahwa Profitabilitas memoderasi hubungan antara Leverage terhadap nilai perusahaan.

Penelitian (Octaviany et al., 2019) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh memperkuat dalam memoderasi Leverage terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas serta untuk menggambarkan Pengaruh Growth Opportunity, Likuiditas, Leverage terhadap Nilai Perusahaan sebagai Variabel Moderating, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Keterangan :

X : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis mengasumsikan jawaban sementara (hipotesis) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 = Terdapat pengaruh *growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 2 = Terdapat Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3 = Terdapat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 4 = Terdapat pengaruh Growth Opportunity, Likuiditas, Leverage terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 5 = Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 6 = Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 7 = Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan