

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian peneliti mengambil hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan Nurmindia, Isyuardhana dan Nurbaiti tahun 2017 mengemukakan hasil penelitian bahwa Profitabilitas (ROE), Leverage (DER), dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Sedangkan secara parsial, ROE berpengaruh positif signifikan terhadap PBV, DER, dan Ln.Aset tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti kenaikan nilai ROE pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi cenderung dapat meningkatkan pula nilai perusahaannya. Meningkatnya nilai ROE ini memberikan dampak yang positif untuk menjadikan nilai perusahaan semakin baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda, 2017 mengemukakan hasil penelitian bahwa leverage, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana variabel yang memiliki hubungan positif yaitu leverage dan profitabilitas, sedangkan variabel pertumbuhan perusahaan mempunyai hubungan yang negatif, namun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari tahun 2016 mengemukakan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Ishari dan Abeyrathna tahun 2016 mengemukakan hasil penelitian bahwa antara rasio DE dan ROA memiliki hubungan dan signifikan. Menurut korelasi Pearson, ada yang negatif lemah hubungan antara rasio DE dan ROA. dan juga, tidak ada hubungan yang signifikan antara rasio DE dan ROA.

Penelitian yang dilakukan Farooq tahun 2016 mengemukakan hasil penelitian bahwa empiris leverage keuangan memiliki hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan nilai perusahaan yang diwakili oleh Tobin's Q. Kesimpulan dari penelitian ini memiliki implikasi praktis untuk sektor ini kepada manajer keuangan semen termasuk jumlah hutang yang sesuai dalam struktur modal mereka.

Penelitian yang dilakukan Marete tahun 2015 mengungkapkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan dan leverage keuangan secara statistik signifikan. Ada hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan leverage keuangan. Studi juga menegaskan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara profitabilitas (ROA) dan leverage keuangan. Juga ditetapkan bahwa ada signifikan negative hubungan volume penjualan dan leverage keuangan. Studi ini tidak hanya berkontribusi pada memahami hubungan antara ukuran perusahaan dan leverage keuangan tetapi pada saat yang sama mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya yang telah menemukan hubungan yang signifikan antara perusahaan ukuran dan leverage keuangan.

Penelitian yang dilakukan Frederik, Nangoy dan Untu tahun 2015 mengemukakan hasil penelitian bahwa secara simultan profitabilitas, kebijakan hutang dan *price earning ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas dan kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sementara *price earning ratio* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sebaiknya manajemen meningkatkan *price earning ratio* karena merupakan ukuran kemampuan untuk menghasilkan laba masa depan dari perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lebelaha, Saerang tahun 2016 mengemukakan hasil penelitian yaitu *price earning ratio*, *debt to equity ratio* dan dividend payout ratio berpengaruh secara bersama terhadap nilai perusahaan. *price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *debt to equity ratio* dan dividend payout ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Languju tahun 2016 mengemukakan hasil penelitian yaitu return on equity berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan, price earning ratio dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal ini menyatakan bahwa perusahaan dituntut untuk memberikan sinyal yang baik mengenai pelaporan keuangan perusahaan kepada pengguna. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada para pengguna laporan keuangan (Apriada, 2013). Sinyal dalam hal ini berkaitan dengan informasi mengenai perusahaan. Informasi yang lengkap, akurat, serta relevan sangat dibutuhkan oleh investor sebagai pertimbangan keputusan berinvestasi dalam pasar modal.

Verawaty et al. (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perusahaan dengan prospek yang cemerlang di masa datang akan berusaha menghindari penjualan saham dan memilih sumber pendanaan lain misalnya dengan melakukan hutang. Berkaitan dengan penelitian nilai perusahaan, teori sinyal berperan yaitu mengenai ketersediaan informasi yang lengkap, akurat, dan relevan mengenai perusahaan. Karena informasi tersebut merupakan hal yang penting bagi investor yang akan melakukan investasi pada sebuah perusahaan.

2.2.2 Teori Keagenan (Agency Theory)

Jensen dan Meckling dalam Sienatra et al. (2015) menggambarkan mengenai hubungan agency, yaitu suatu kontrak antara satu atau beberapa principal yang melibatkan orang lain sebagai agent untuk melaksanakan tugas pelayanan dan wewenang yang diberikan oleh principal terhadap agent. Teori ini menjadi dasar teori yang dipakai dalam melaksanakan bisnis pada saat ini. Verawaty et al. (2015) menjelaskan bahwa prinsip utama dari teori ini yaitu adanya hubungan kerja antara principal yang memberi wewenang dan agent yang menerima wewenang. Dalam hal tersebut, sering terjadi konflik keagenan antara principal dan agent. Teori keagenan ini berkaitan dengan sikap mementingkan diri sendiri dibandingkan kepentingan orang lain. Dalam hal ini manajer sebagai agent lebih mementingkan untuk memerkaya diri sendiri dari pada memenuhi kepentingan principal.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori agensi mempunyai peran sebagai dasar praktik bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kemakmuran kepada principal. Dalam hal pengambilan keputusan, teori ini berkaitan dengan perilaku atau behaviour dari agent yang lebih mementingkan diri sendiri dibandingkan untuk kepentingan para pemegang saham.

2.2.3 Laporan Keuangan

Salah satu informasi yang dapat digunakan oleh investor dalam menilai suatu perusahaan adalah laporan keuangan. Laporan keuangan memberikan gambaran umum sebuah perusahaan yang dijabarkan dalam mata uang. Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi) (Kasmir, 2016:7).

Adapun pengertian laporan keuangan yang dikemukakan PSAK No. 1 dalam Standar Akuntansi Keuangan Tahun 2017 adalah sebagai berikut:

“Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomik.”

2.2.3.1 Komponen Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 Tahun 2017 terdiri dari komponen-komponen berikut :

- a. Laporan posisi keuangan akhir periode.

Laporan posisi keuangan melaporkan aset, liabilitas dan modal entitas pada tanggal tertentu. Laporan ini merupakan sumber informasi utama tentang posisi keuangan entitas karena merangkum elemen-elemen yang berhubungan langsung dengan pengukuran posisi keuangan yaitu aset, liabilitas, dan ekuitas (Martani, dkk. 2012:136).

- b. Laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain selama periode.

Laporan yang merangkum pendapatan dan beban perusahaan selama suatu periode akuntansi (Brigham dan Houston, 2010:93).

c. Laporan perubahan ekuitas selama periode.

Laporan perubahan ekuitas menyajikan informasi tentang perubahan ekuitas perusahaan antara awal dan akhir periode pelaporan yang mencerminkan naik turunnya aset neto perusahaan selama periode, baik yang berasal dari setoran atau distribusi kepada pemilik atau yang berasal dari hasil atau kinerja perusahaan selama periode (Martani, dkk. 2012:126).

d. Laporan arus kas selama periode.

Laporan arus kas merupakan laporan yang menyajikan informasi tentang arus kas masuk dan arus kas keluar dan setara kas suatu entitas untuk suatu periode tertentu (Martani, dkk. 2012:145).

e. Catatan atas laporan keuangan.

Berfungsi untuk memberikan penjelasan tambahan atas rincian unsur-unsur laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, atau penjelasan yang bersifat kualitatif, agar laporan keuangan lebih transparan dan tidak menyesatkan para pengguna laporan keuangan.

f. Laporan posisi keuangan pada awal periode terdekat sebelumnya.

Disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

2.2.3.2 Tujuan Laporan Keuangan

Penyajian laporan keuangan memiliki beberapa tujuan. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 Tahun 2017 tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomik. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (stewardship), atau pertanggung jawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

2.2.4 Rasio Keuangan

Rasio keuangan dapat memberikan indikasi apakah perusahaan memiliki kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban finansialnya, utang yang cukup rasional, efisiensi manajemen persediaan, perencanaan pengeluaran prestasi yang baik, dan struktur modal yang sehat sehingga tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai. Dalam analisis keuangan yang mencakup analisis rasio keuangan, analisis kelemahan dan kekuatan di bidang finansial akan sangat membantu dalam menilai prestasi manajemen masa lalu dan prospeknya di masa mendatang. Penggunaan analisis rasio keuangan ini sangat bervariasi dan tergantung oleh pihak yang memerlukan. Analisis rasio keuangan ini hanya bermanfaat apabila dibandingkan dengan standar yang jelas, seperti standar industri, kecenderungan atau standar tertentu sebagai tujuan manajemen (Sartono, 2018: 113).

Analisis Rasio dan Analisis Trend selalu digunakan untuk mengetahui kesehatan keuangan dan kemajuan perusahaan setiap kali laporan keuangan diterbitkan. Analisis rasio adalah membandingkan antara unsure-unsur neraca, unsur-unsur laporan laba rugi, unsur-unsur neraca dan laporan laba rugi, serta rasio keuangan emiten yang satu dan rasio keuangan emiten yang lainnya (Samsul, 2016 :143). Pada dasarnya analisis rasio bisa dikelompokkan ke dalam lima macam kategori, yaitu:

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancarnya (hutang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). Rasio likuiditas jangka pendek yang sering digunakan adalah rasio lancar dan rasio quick (sering juga disebut acit test ratio).

2. Rasio Aktivitas

Rasio ini melihat pada beberapa aset kemudian menentukan berapa tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tertentu. Aktivitas yang rendah pada tingkat penjualan tertentu akan mengakibatkan semakin besarnya dana kelebihan yang tertanam pada aktiva-aktiva tersebut. Dana kelebihan tersebut akan lebih baik bila ditanamkan pada aktiva lain yang lebih produktif. Empat rasio aktivitas diantaranya adalah rata-rata umur piutang, perputaran persediaan, perputaran aktiva tetap, dan perputaran total aktiva.

3. Rasio Solvabilitas

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang dengan total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Rasio ini mengukur likuiditas jangka panjang perusahaan dan dengan demikian memfokuskan pada sisi kanan neraca. Ada beberapa macam rasio yang bisa dihitung yaitu rasio total hutang terhadap total aset, rasio hutang modal saham, rasio Time Interest Earned, rasio Fixed Charges Coverage.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu profit margin, Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE).

5. Rasio Pasar

Rasio pasar mengukur harga pasar relatif terhadap nilai buku. Sudut pandang rasio ini lebih banyak berdasarkan pada sudut investor (atau calon investor), meskipun pihak manajemen juga berkepentingan terhadap rasio-rasio ini. Ada beberapa rasio yang bisa dihitung yaitu Price Earning Ratio (PER), Dividend Yield, Dividend Payout (pembayaran dividen).

Hanafi (2014:70), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam analisis laporan keuangan yaitu:

1. Dalam analisis, analisis juga harus mengidentifikasi adanya trend-trend tertentu dalam laporan keuangan. Untuk itu laporan keuangan lima atau enam tahun barangkali bisa digunakan untuk melihat munculnya trend tertentu.
2. Angka-angka yang berdiri sendiri sulit dikatakan baik tidaknya. Untuk itu diperlukan pembandingan yang bisa dipakai untuk melihat baik tidaknya angka yang dicapai oleh perusahaan. Rata-rata industri dipakai bisa dan biasa dipakai sebagai pembandingan. Meskipun angka rata-rata industri ini barangkali bukan merupakan pembandingan yang paling tepat karena beberapa hal, misal karena perbedaan karakteristik rata-rata perusahaan dalam industri dengan perusahaan tersebut. Tetapi rata-rata industri tetap bisa dipakai untuk perbandingan.

Alternatif lain apabila rata-rata industri tidak ada adalah dengan membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan yang menjadi pembanding bisa jadi perusahaan tersebut menjadi leader dalam industri.

3. Dalam analisis perusahaan, membaca dan menganalisis laporan keuangan dengan hati-hati adalah penting. Diskusi atau pertanyaan-pertanyaan yang melengkapi laporan keuangan bagian integral yang harus dimasukkan dalam analisis.
4. Analisis barangkali akan memerlukan informasi lain. Kadang kala semua informasi yang diperlukan bisa diperoleh melalui analisis mendalam laporan keuangan. Kadang kala analisis yang lebih tajam lagi. Sebagai contoh, analisis penurunan penjualan bila disertai dengan perkembangan market share akan memberi pandangan baru kenapa penjualan bisa menurun.

Rasio-rasio yang digunakan di dalam penelitian ini meliputi rasio leverage, rasio profitabilitas, rasio aktivitas

2.2.5 Leverage Keuangan (X_1)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Leverage mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang (Rodoni dan Ali, 2010: 123). Menurut Harahap (2013:86) leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Sedangkan menurut Fahmi (2012:120) leverage merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor.

Menurut Fahmi (2012:120) rasio leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan dalam arti luas Kasmir (2015:32) mengatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi.

Dari beberapa definisi leverage diatas dijelaskan bahwa leverage perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasi perusahaan yang memerlukan banyak biaya. Manfaat dari penggunaan leverage dalam perusahaan adalah :

1. Untuk memungkinkan perusahaan agar mengkhususkan pengaruh suatu leverage

dalam jumlah penjualan atas laba bagi pemegang saham biasa.

2. Memungkinkan perusahaan untuk menunjukan hubungan satu sama lain antara pengaruh operasi dan pengaruh keuangan.

Brigham dan Houston (2006: 101) seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang (financial leverage) akan memiliki 3 (tiga) implikasi penting yaitu:

1. Dengan memperoleh dana melalui utang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan.
2. Kreditor akan melihat pada ekuitas, atau dana yang diperoleh sendiri, sebagai suatu batasan keamanan, sehingga semakin tinggi proporsi dari jumlah modal yang diberikan pemegang saham, maka semakin kecil resiko yang dihadapi kreditor.
3. Jika perusahaan mendapatkan hasil dari investasi yang didanai dengan dana hasil pinjaman lebih besar dari pada bunga yang dibayarkan, maka pengembalian dari modal pemilik akan diperbesar, atau diungkit (leverage).

Rasio Leverage menurut Darsono (2005: 54) beberapa alat ukur yang digunakan dalam rasio leverage adalah sebagai berikut:

1. Debt to Asset Ratio (DAR), Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan hutang dengan jalan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh hutang. Rasio ini juga menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi kondisi pengurangan aktiva akibat kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan peningkatan dari resiko pada kreditor.
2. Debt to Equity Ratio adalah rasio utang dengan ekuitas menunjukan sejauh mana pendanaan dari utang digunakan jika dibandingkan dengan pendanaan ekuitas. Rasio pendanaan yang diukur dengan indikator Debt to Equity Ratio (DER) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang. Oleh karena itu, semakin rendah DER akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Debt to equity ratio memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan dijamin oleh modal sendiri. Semakin tinggi rasio menunjukkan semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh

para pemegang saham (Darsono 2005: 54).

3. Long term Debt to Equity Ratio (LTDE), Rasio ini menunjukkan perbandingan antara klaim keuangan jangka panjang yang digunakan untuk mendanai kesempatan investasi jangka panjang dengan pengembalian jangka panjang pula.

Selain itu leverage dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis, diantaranya Leverage Operasi (*Operating Leverage*), Leverage Keuangan (*Financial Leverage*), dan Leverage Total/Leverage Gabungan (*Combine Leverage*). Adapun penjelasan dari jenis-jenis Leverage diatas adalah sebagai berikut :

1. Operating Leverage merupakan penggunaan aktiva dengan biaya tetap yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel serta dapat meningkatkan profitabilitas. Operating leverage dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan terhadap keuntungan operasi perusahaan. Maka pada operating leverage ini dapat diketahui dengan cara menghitung tingkat operating leverage untuk bisa menaksir perubahan laba operasi sebagai akibat adanya perubahan penjualan. ukuran leverage operasi atau sering disebut dengan Degree of Operating Leverage (DOL), sebagai persentase perubahan dalam laba operasi sebagai akibat prosentase perubahan dalam unit yang dijual.
2. Leverage Keuangan (*Financial Leverage*) merupakan penggunaan dana yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap dengan tujuan untuk meningkatkan atau mengoptimalkan pendapatan perlembar saham. Ukuran Leverage keuangan adalah Degree of Financial Leverage (DFL), yang didefinisikan sebagai persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat prosentase perubahan dalam laba operasi (EBIT).
3. Leverage Total/Leverage Gabungan (*Combine Leverage*) merupakan pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba setelah pajak ataupun pendapatan per lembar saham (EPS). 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 prosentase perubahan dalam unit yang terjual.

Leverage dapat diukur dengan analisis rasio keuangan yaitu rasio leverage (utang). Rasio leverage (utang) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2015). Rasio ini membandingkan antara dana sendiri (ekuitas) dengan dana pinjaman. Makin besar pinjaman yang digunakan perusahaan, makin besar kreditur mempunyai kendali terhadap perusahaan. Dari sisi perusahaan, rasio leverage merupakan strategi maupun informasi dalam menentukan manfaat uang. Apabila suku bunga pinjaman lebih kecil dari return on investment (ROI), maka perusahaan lebih baik menambah utang dibanding menambah modal sendiri atau sebaliknya. Menurut Kasmir (2015) keuntungan dengan mengetahui leverage ratio adalah:

1. Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.

Perusahaan dengan ratio leverage yang rendah memiliki rasio rugi yang lebih kecil, tetapi juga memiliki hasil pengembalian yang lebih rendah. Sebaliknya perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mengemban resiko rugi yang besar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memperoleh laba yang tinggi. Prospek pengembalian yang tinggi memang diinginkan, tetapi para investor umumnya menolak untuk menerima resiko keputusan untuk menggunakan leverage, oleh karena harus menyeimbangkan hasil pengembalian yang lebih tinggi terhadap peningkatan resiko. Apabila perusahaan tidak mempunyai leverage atau leverage faktornya sama dengan nol, artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan utang.

Perhitungan rasio leverage dalam penelitian ini diukur dengan *debt to equity ratio* (DER) , adapun bentuk rumus rasio leverage DER sebagai berikut:

$$\text{Debt to equity ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

(Harahap, 2013:87)

2.2.6 Ukuran Perusahaan (X_2)

Menurut Mapalulo (2017) Ukuran Perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar.

Kurniasih (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan”.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menurut undang-undang ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Untuk kriteria usaha mikro aset yang harus dimiliki maksimal 50 juta dan omzet maksimal yang dicapai 300 juta.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menurut undang-undang ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Untuk kriteria usaha kecil aset yang harus dimiliki 50 juta sampai 500 juta dan omzet yang dicapai 300 juta sampai 2,5 miliar.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menurut undang-undang ini digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Untuk kriteria usaha menengah asset yang harus dimiliki 500 juta sampai 10 miliar dan omzet yang dicapai 2,5 miliar sampai 50 miliar.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kritea	
	Assets (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta - 500 juta	> 300 juta - 2,5 miliar
Usaha Menengah	> 500 juta - 10 miliar	2,5 miliar - 50 miliar
Usaha Besar	> 10 miliar	> 50 miliar

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.

Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga yaitu perusahaan besar, perusahaan sedang, dan perusahaan kecil. Pengukuran ini didasarkan pada total aset perusahaan karena biasanya perusahaan besar memiliki aktiva yang besar pula dan ini mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang lebih besar

dibanding perusahaan kecil. Jogyanto (2007:282) menyatakan bahwa untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Ukuran Perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan, atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Menurut Riyanto (2008: 299), suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil di mana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian maka pada perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil Sedangkan Prasetyantoko (2008: 257) menyatakan bahwa total asset dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut makin besar.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dinyatakan dengan total aktiva, semakin besar total aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Suharli, 2006). Adapun ukuran untuk menentukan ukuran perusahaan (*firm size*) adalah dengan log of total assets (Perry dan Rimbey, 1995 dalam Mapalulo, 2017) Log of Total Assets ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka nilai total asset dibentuk menjadi logaritma natural, konversi kebentuk logaritma natural ini bertujuan untuk membuat data total asset terdistribusi normal. Ukuran perusahaan diukur melalui:

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

Kurniasih (2012:150)

Uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.2.7 Profitabilitas (X_3)

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Mengukur tingkat profitabilitas merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena rentabilitas (profitabilitas) yang tinggi merupakan tujuan setiap perusahaan. Menurut Kasmir (2015:115) definisi 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.

Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186) :

“Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Pengertian rasio profitabilitas menurut Fahmi (2013:116) adalah:

“Rasio profitabilitas yaitu untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas yang tinggi baik masa sekarang maupun masa yang akan datang sangat menarik minat investor untuk melakukan investasi yang nantinya akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan. Profitabilitas dapat dihitung dengan rasio profitabilitas, menurut Kasmir (2015), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio profitabilitas dapat diukur dari dua pendekatan yakni pendekatan penjualan dan pendekatan investasi.

Menurut Kasmir (2015) Adapun tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
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.

Sugiono dan Untung, (2015: 70) menyatakan bahwa rasio-rasio profitabilitas antara lain:

1. Gross Profit Margin, Rasio ini menunjukkan berapa besar keuntungan kotor yang diperoleh dari menjual produk.
2. Net Profit Margin, Rasio Net Profit Margin menunjukkan berapa besar keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Jika profit margin suatu perusahaan lebih rendah dari rata-rata industrinya, maka hal ini dapat disebabkan oleh harga jual perusahaan lebih rendah dari pada perusahaan pesaing atau harga pokok penjualan lebih tinggi dari perusahaan pesaing,

ataupun kedua-duanya. Besarnya persentase keuntungan baik laba kotor maupun laba bersih bergantung pada jenis usaha perusahaan, untuk perdagangan biasanya mempunyai persentase lebih kecil dibandingkan dengan persentase laba perusahaan manufaktur. Hal ini disebabkan faktor risiko dimana perusahaan perdagangan mempunyai risiko lebih kecil dibanding dengan perusahaan manufaktur.

3. Cash Flow Margin, Cash Flow Margin adalah persentase aliran kas dari hasil operasi terhadap penjualannya. Cash Flow Margin mengukur kemampuan perusahaan untuk merubah penjualan menjadi aliran kas.
4. Return on Assets (ROA), Return on Assets mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada. Atau rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan.
5. Return on Equity (ROE), Rasio ini mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas modal sendiri atau seluruh modal yang ada. Return on Equity merupakan salah satu indikator yang digunakan pemegang saham untuk mengukur keberhasilan bisnis yang dijalani. Rasio ini dapat disebut juga rentabilitas modal sendiri.

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas dihitung dengan return on equity. Return on equity merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal sendiri yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Menurut Birgham (2010) para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka dan rasio ini menunjukkan seberapa besar baik mereka telah melakukan hal tersebut dari kacamata akuntansi.

Adapun rumus return on equity (ROE) sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Kasmir (2015:116)

2.2.8 *Price earning ratio (X₄)*

Price earning ratio adalah salah satu rasionalisasi pasar yang digunakan oleh analisis fundamental dalam menganalisa keputusan investasinya. Rasio ini bergantung pada data pasar keuangan, seperti harga pasar saham biasa perusahaan. Menurut Fahmi (2015:138), pengertian price earning ratio adalah Perbandingan antara market price per share (harga pasar per lembar saham) dengan earning pershare (laba perlembar saham) terhadap kenaikan pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan.

Menurut Gitman (2015:131) price earning ratio biasanya digunakan untuk menilai nilai saham dari pemilik saham, PER mengukur jumlah yang akan dibayar untuk setiap earnings perusahaan, semakin tinggi price earning ratio, maka akan semakin besar kepercayaan dari investor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi PER adalah sebagai berikut (Rianti, 2013) :

1. Rasio laba yang dibayarkan sebagai dividen atau Payout Ratio

Faktor yang pertama adalah Dividen Payout Ratio yaitu bagian laba perusahaan yang dibayarkan sebagai dividen. Faktor ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap PER karena besarnya DPR menentukan besarnya dividen yang diterima oleh pemilik saham terutama pada pasar modal yang didominasi apabila faktor-faktor yang mempengaruhi PER konstan, semakin tinggi DPR maka semakin tinggi PER.

2. Tingkat keuntungan yang diisyaratkan oleh pemodal

Faktor kedua adalah tingkat keuntungan yang diisyaratkan pemodal (rate of return) yaitu tingkat keuntungan yang dianggap layak bagi investasi pada suatu saham. Faktor ini mempunyai pengaruh yang negatif dengan PER, karena apabila keuntungan yang diperoleh atas suatu saham lebih kecil dari tingkat keuntungan yang diisyaratkan semakin rendah PER dengan asumsi faktor lain konstan.

3. Perubahan dividen

Pengaruh faktor ini adalah positif terhadap PER karena dividen yang meningkat dapat dijadikan sebagai cerminan prospek yang baik sehingga investasi pada suatu saham akan semakin menarik. Dengan demikian apabila faktor lain konstan maka semakin tinggi pertumbuhan dividen, semakin tinggi PER.

Kegunaan Price Earning Ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh Earning Per Share. Price Earning Ratio menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan Earning Per Share. Semakin besar Price Earning Ratio suatu saham maka harga saham tersebut akan semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan penentu harga saham, semakin tinggi tingkat pertumbuhan maka semakin tinggi Price Earning Ratio. Maka dari itu, Price Earning Ratio dapat dipergunakan sebagai indikator tingkat pertumbuhan yang diharapkan. Peluang tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi biasanya mempunyai Price Earning Ratio yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan Future Earning. Sebaliknya tingkat pertumbuhan perusahaan yang rendah cenderung mempunyai Price Earning Ratio yang rendah pula. Semakin rendah Price Earning Ratio suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. Price Earning Ratio menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan.

Jadi semakin kecil nilai Price Earning Ratio maka semakin murah harga saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut.

Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* (PER) yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa yang akan datang sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai PER yang rendah pula. Semakin rendah PER suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. PER menjadi rendah nilainya biasanya karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. sehingga semakin kecil nilai PER maka perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* (PER) yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa yang akan datang sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai PER yang rendah pula. semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut.

Menurut Arifin (2014:67), *Price earning ratio* digunakan untuk menilai murah atau mahal sebuah saham, semakin rendah nilai PER sebuah saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. Pengetahuan tentang PER bagi investor sangat berguna untuk mengetahui kapan sahamnya harus dijual dan kapan waktu yang tepat untuk membeli saham, sehingga dapat memperoleh keuntungan berupa selisih harga (*capital gain*). Semakin tinggi rasio ini, maka:

- 1) Investor mengharapkan pertumbuhan yang tinggi
- 2) Saham memiliki resiko yang rendah dan investor puas dengan tingkat pendapatan yang tinggi
- 3) Perusahaan mengharapkan pertumbuhan deviden dengan proporsi laba yang tinggi.

Adapun rumus *price earning ratio* (PER) sebagai berikut :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham (Closing Price)}}{\text{Earning Per Share (EPS)}} \times 100\%$$

Fahmi (2015:138)

2.2.9 Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, sejak didirikannya perusahaan sampai saat ini.

Menurut Fahmi (2015:82) 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 Sartono (2016:9) nilai perusahaan adalah Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat sedangkan menurut Harmono (2014:233) 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.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham Gapenski,1996 dalam

Mapululo, 2017). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen asset.

Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

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

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan dihitung dengan price to book value (PBV), PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan. PBV merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham.

Semakin tinggi rasio PBV maka semakin tertarik para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya rasio Price to Book Value (PBV) suatu perusahaan menunjukkan semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh para investor. Apabila suatu perusahaan dinilai lebih tinggi oleh investor, maka harga saham perusahaan yang bersangkutan akan semakin meningkat di pasar, sehingga berakibat pada meningkatnya return saham perusahaan yang bersangkutan. Hal inilah yang selanjutnya akan menimbulkan sentimen positif di kalangan investor. Perhitungan PBV dilakukan dengan menggunakan rumus :

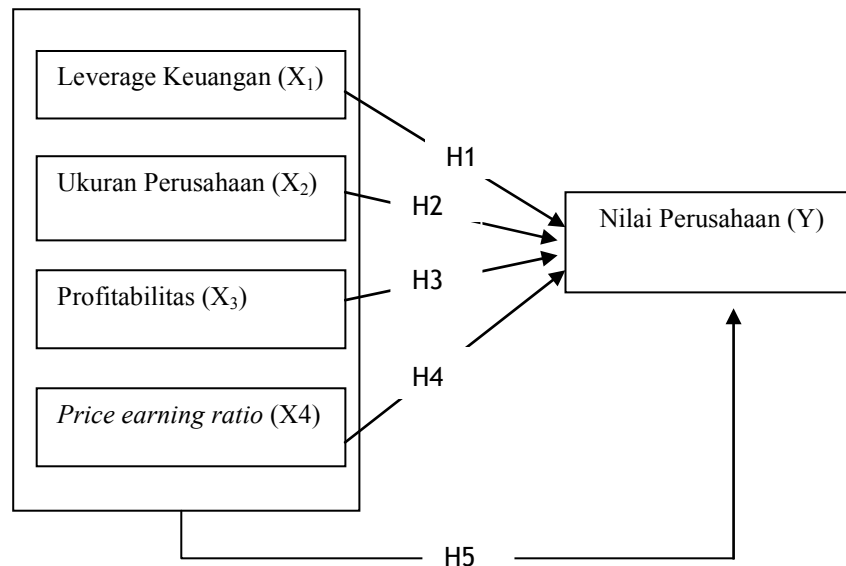
$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Fahmi (2015: 83)

2.3 Kerangka Konseptual

Untuk mempermudah alur pembahasan dari penelitian disusunlah kerangka konseptual sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:93) hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ = Terdapat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

H₂ = Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

H₃ = Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

H₄ = Terdapat pengaruh price arning ratio terhadap nilai perusahaan

H₅ = Terdapat pengaruh leverage keuangan, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *price earning ratio* secara simultan terhadap nilai perusahaan

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko leverage yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko leverage nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Tingginya rasio leverage menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, dimana total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Analisa, 2011:6).

Penelitian Novari dan Lestari tahun 2016 menunjukkan hasil analisis leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan Suwardika dan Mustanda, 2017 menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan Farooq (2016:8) menyatakan bahwa leverage memiliki hubungan positif dan signifikan dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian dirumuskan :

H₁ : Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan besar lebih memiliki kepercayaan investor dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar dianggap memiliki kondisi yang stabil. Sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan modal. Seperti yang diungkapkan Dewi dan Wirajaya (2013:360) semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan (Pantow et al. 2015:962). Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai Perusahaan Perusahaan yang berskala besar atau memiliki total aktiva yang besar memiliki risiko yang kecil dibandingkan perusahaan kecil yang memiliki risiko yang besar.

Perusahaan yang besar memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang kecil. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar seringkali menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novari dan Lestari, 2016 menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan Nurminda, Isywardhana dan Nurbaiti (2017:5) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian dirumuskan :

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186) :

“Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Semakin tinggi profitabilitas (ROA) maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan tinggi. Nilai ROA yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat (Hidayah, 2016 : 5)

Penelitian terdahulu yang dilakukan Nurminda, Isywardhana dan Nurbaiti, 2017 menyatakan bahwa variabel Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan Suwardika dan Mustanda (2017:12) menyatakan bahwa profitabilitas secara berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian dirumuskan :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.4 Pengaruh *Price earning ratio* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* (PER) yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa yang akan datang sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai PER yang rendah pula. Semakin rendah PER suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. PER menjadi rendah nilainya biasanya karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. sehingga semakin kecil nilai PER maka Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* (PER) yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa yang akan datang sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai PER yang rendah pula. semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. *Price earning ratio* digunakan untuk menilai murah atau mahal sebuah saham, semakin rendah nilai PER sebuah saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. Pengetahuan tentang PER bagi investor sangat berguna untuk mengetahui kapan sahamnya harus dijual dan kapan waktu yang tepat untuk membeli saham, sehingga dapat memperoleh keuntungan berupa selisih harga (*capital gain*). Semakin tinggi rasio ini, maka investor mengharapkan pertumbuhan yang tinggi, saham memiliki resiko yang rendah dan investor puas dengan tingkat pendapatan yang tinggi, perusahaan mengharapkan pertumbuhan deviden dengan proporsi laba yang tinggi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Frederik, Nangoy dan Untu (2015;14) menyatakan bahwa *price earning ratio* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan Lebelaha, Saerang (2016:17) menyatakan bahwa *price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian dirumuskan :

H₄ : *Price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.5 Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Secara Simultan

Nilai perusahaan yang tinggi dapat dilihat dari harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan yang tinggi menjadi salah satu faktor penilaian calon investor sebelum menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan memaksimalkan ukuran perusahaan, profitabilitas price earning ratio dan manajemen leverage agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berjalan.

Penelitian yang dilakukan Nurminda, Isyuardhana dan Nurbaiti tahun 2017 mengemukakan hasil penelitian bahwa Profitabilitas (ROE), Leverage (DER), dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

**H₅ : Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Price Earning Ratio
Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Secara Simultan**