

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu dapat diuraikan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Meskipun variabel dan periode yang digunakan berbeda, namun ruang lingkupnya hampir sama, sehingga dapat dijadikan referensi untuk saling melengkapi. Berikut ini adalah ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Suhardi (2021) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 31 sampel dari 76 perusahaan manufaktur sektor dasar dan kimia. Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas, dan variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari penelitian pertama tersebut terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang, yaitu terletak pada variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian yang sekarang terdapat variabel yang berbeda yaitu struktur modal. Dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan manufaktur sektor dasar dan kimia, sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi.

Penelitian kedua dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Metode penentuan sampel penelitian menggunakan metode sampel jenuh (*sensus*), dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 13 perusahaan. metode pengumpulan data menggunakan metode observasi *non partisipan*. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 18.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.

Kemudian dari penelitian kedua terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang sekarang yaitu dalam penentuan sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan teknik sampel jenuh (*sensus*), sementara penelitian yang sekarang menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam metoda analisis terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu menggunakan bantuan software SPSS 18.0, sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan bantuan aplikasi *Eviews* 10.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Dahar, *et al.* (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Populasinya adalah perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012-2016 yang berjumlah 10 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sensus*, dimana seluruh populasi dijadikan sampel. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini melakukan berbagai macam uji statistik memakai program SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa struktur modal dan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan menunjukkan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, dan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya dari penelitian ketiga perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu *return on equity*, sementara penelitian yang sekarang menggunakan variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on assets* (ROA). Dan subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan *property and real estate*, sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi. Lalu dalam penentuan sampel yang digunakan terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu menggunakan teknik sensus, sementara penelitian yang sekarang menggunakan teknik *purposive sampling*. Dari metoda analisis terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu menggunakan program SPSS, sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan bantuan aplikasi *Eviews* 10.

Penelitian keempat dilakukan oleh Dewi dan Astika (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan struktur modal pada nilai perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dan sampel yang digunakan sebanyak 6 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan studi pustaka dengan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Metoda analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kebijakan dividen, dan struktur modal secara signifikan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Lalu dari penelitian keempat terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang, yaitu terletak pada variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian yang sekarang terdapat variabel yang berbeda yaitu ukuran perusahaan. Dalam subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan LQ45, sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi.

Penelitian kelima dilakukan oleh Febrinita (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan dari sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015. Metode pengambilan data menggunakan *purposive sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 18 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji parsial (uji t) yang didukung oleh SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya dari penelitian kelima terdapat perbedaan pada subjek penelitian bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan dari sektor pertambangan batubara, sementara penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi. Dalam metoda analisis terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu menggunakan bantuan SPSS, sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan bantuan aplikasi *Eviews 10*.

Penelitian keenam dilakukan oleh Tarmiji (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ11 di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2017. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dan sampel yang diperoleh sebanyak 11 perusahaan. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Lalu dari penelitian keenam terdapat perbedaan proksi yang digunakan pada variabel profitabilitas pada penelitian terdahulu yaitu *return on equity* (ROE), sementara penelitian yang sekarang menggunakan variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on assets* (ROA). Dan dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan indeks LQ11,

sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Maneerattanarungrot dan Donkwa (2018) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja, peluang pertumbuhan, aset berwujud, risiko, dan likuiditas terhadap struktur modal dan pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan sebanyak 315 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Thailand dengan menganalisis data keuangan selama tiga periode akuntansi (2012-2014). Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor konfirmatori dan model persamaan struktural yang dianalisis dengan MPLUS versi 7.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset berwujud berpengaruh positif terhadap pembiayaan hutang dan likuiditas, risiko berpengaruh negatif terhadap pembiayaan hutang, dan pembiayaan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan struktur modal, serta mendukung operasi lain di dalam perusahaan. Dan hasil ini juga akan mengisi kesenjangan dalam pengetahuan empiris dan teoritis mengenai peran mediasi pembiayaan hutang pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Thailand.

Selanjutnya dari penelitian ketujuh terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang, yaitu terletak pada variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja, peluang pertumbuhan, aset berwujud, risiko, dan likuiditas terhadap struktur modal dan pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian yang sekarang terdapat variabel yang berbeda yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan. Dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Thailand, sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam metoda analisis terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu menggunakan faktor konfirmatori dan model persamaan struktural yang dianalisis dengan MPLUS versi 7.3, sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan metoda analisis regresi data panel dengan bantuan aplikasi *Eviews* 10.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Sucuachi dan Cambarihan (2016) bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara profil perusahaan seperti industri, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan sebanyak 86 perusahaan yang terdiversifikasi di Filipina dengan mengumpulkan dan menganalisis laporan keuangan tahunan 2014 di *Phillipine Stock Exchange (PSE)*. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain korelasional prediktif dan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga faktor yang dianggap mempengaruhi nilai perusahaan hanya profitabilitas yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di *Phillipine Stock Exchange (PSE)*.

Lalu dari penelitian kedelapan terdapat perbedaan variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang, yaitu penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh profil perusahaan seperti industri, umur perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian yang sekarang terdapat variabel yang berbeda yaitu struktur modal dan ukuran perusahaan. Dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan yang terdiversifikasi di Filipina, sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Asif dan Aziz (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan sebanyak 20 perusahaan sektor semen di Pakistan yang terdaftar di *Karachi Stock Exchange (KSE)*. Data yang digunakan periode 10 tahun dari tahun 2006-2015. Dalam penelitian ini menggunakan *debt to equity ratio*, *return on capital*, modal saham, dan *current ratio* sebagai variabel independen, Sedangkan *economic value added* digunakan sebagai variabel dependen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, regresi, dan korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen memiliki korelasi positif yang dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya dari penelitian kesembilan terdapat perbedaan variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang, yaitu penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian yang sekarang terdapat variabel yang berbeda yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan. Dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan sektor semen di Pakistan yang terdaftar di *Karachi Stock Exchange* (KSE), sedangkan penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Gharaibeh dan Sarea (2015) bertujuan untuk mengetahui dampak struktur modal dan karakteristik perusahaan tertentu yang diyakini berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan hutang dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan sebanyak 48 perusahaan yang terdaftar di *Kuwait Stock Exchange* (KSE) yang mewakili empat sektor berbeda. Penelitian ini menggunakan kumpulan data panel aktual dan historis yang diperoleh dari laporan tahunan yang dipublikasikan masing-masing perusahaan selain dari publikasi KSE. Data yang digunakan dalam penelitian ini selama 8 tahun dari periode tahun 2006-2013. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, korelasi, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Risiko bisnis, nilai tahun sebelumnya, rasio pembayaran dividen, ukuran, peluang pertumbuhan, dan likuiditas perusahaan ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dalam Model 1 (dimana ROA digunakan sebagai proksi untuk nilai perusahaan). Dalam Model 2 (dimana ROE digunakan sebagai proksi dari nilai perusahaan) temuan mengungkapkan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, peluang pertumbuhan, dan likuiditas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Lalu dari penelitian kesepuluh terdapat perbedaan dari subjek penelitian terdapat perbedaan bahwa penelitian terdahulu meneliti perusahaan yang terdaftar di *Kuwait Stock Exchange* (KSE) yang mewakili empat sektor berbeda, sementara

penelitian yang sekarang meneliti perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan yang sudah *go public* mempunyai tujuan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan yang menjadi tolok ukur dalam keberhasilan sebuah perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang dapat diartikan juga dengan memaksimalkan harga saham biasa dari perusahaan (Harjito dan Martono, 2017: 13).

Nilai perusahaan mencerminkan seberapa baik atau buruk manajemen dalam pengelolaan kekayaannya, hal ini dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Menurut Ross, *et al.* (2018: 10) menyatakan manajer keuangan akan bertindak untuk kepentingan para pemegang saham dengan mengambil berbagai keputusan yang akan meningkatkan nilai saham.

Brigham dan Houston (2018: 150) menyatakan pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari adanya penilaian tinggi pihak eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan ikut tinggi, serta dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

2.2.2. Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan dapat diukur dengan harga saham menggunakan rasio yang disebut dengan rasio penilaian. Menurut Sudana (2015: 23) rasio

penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*).

Rasio penilaian yaitu memberikan informasi seberapa besar masyarakat akan menghargai perusahaan, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Berikut ini beberapa metode yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan:

1. Tobins'Q

Tobins'Q (*Q ratio*) adalah rasio yang diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin pada tahun 1969. Rasio ini menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dan aktiva tidak berwujud. Nilai Tobins'Q untuk suatu perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1, yang menunjukkan bahwa biaya pengganti aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut, yang berarti bahwa perusahaan tersebut dinilai kurang oleh pasar. Nilai Tobins'Q untuk perusahaan yang lebih tinggi yaitu lebih dari 1, menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai perusahaan yang tercatat (*overvalued*) sebagai nilai kombinasi antara aktiva berwujud dan aktiva tak berwujud. Adapun rumus Tobins'Q sebagai berikut:

$$Tobins'Q = \frac{Total\ Liabilitas + (Jumlah\ Saham\ Beredar \times Harga\ Saham)}{Total\ Aset} \dots\dots(2.1)$$

2. Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio untuk menentukan bagaimana pasar memberi nilai atau harga pada saham perusahaan. Semakin tinggi *price earning ratio*, maka pertumbuhan laba yang diharapkan investor akan mengalami kenaikan. Menurut Ross, *et al.* (2018: 74) menyatakan *price earning ratio* (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Adapun rumus *price earning ratio* sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}} \dots\dots\dots(2.2)$$

3. *Price to Book Value (PBV)*

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *price to book value*, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Rasio ini dapat menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Menurut Ross, *et al.* (2018: 75) untuk menghitung *price to book value* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}} \dots\dots\dots(2.3)$$

Dalam penelitian ini, untuk mengukur nilai suatu perusahaan menggunakan rasio *price to book value (PBV)*, karena nilai PBV lebih konsisten dan lebih tepat untuk mewakili harga wajar suatu saham. Semakin tinggi harga saham dari nilai buku perusahaan, maka nilai *price to book value (PBV)* akan meningkat, sehingga perusahaan semakin bernilai tinggi di pasar keuangan. Hal ini juga menjadi keinginan para pemilik perusahaan, dikarenakan nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

2.2.3. **Pengertian Profitabilitas**

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas selama periode tertentu. Sujarweni (2017: 114) menyatakan rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat perolehan atau imbalan (keuntungan) dengan penjualan atau aktiva, mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam kaitan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri. Profitabilitas menilai tingkat pengembalian yang akan diperoleh dari kegiatan investasi. Dengan demikian, pihak manajemen harus dapat mengelola dengan baik dalam aset maupun sumber daya agar memenuhi target

yang telah ditetapkan dan mampu menghasilkan laba yang tinggi. Laba merupakan ukuran prestasi perusahaan secara menyeluruh.

Menurut Horne dan Wachowicz (2017: 180) bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang terdiri dari dua jenis; rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan, dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dapat mengukur tingkat efisien serta efektivitas manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Efektivitas manajemen dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan, penggunaan aset, penggunaan modal, serta investasi perusahaan.

Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas bertujuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena dijadikan sebagai tolak ukur dalam menganalisis kinerja manajemen. Semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, sehingga perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan dan hal ini dapat menarik perhatian para investor untuk berinvestasi.

2.2.4. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Sama seperti dengan rasio-rasio lainnya, rasio profitabilitas juga mempunyai banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan bagi pihak luar perusahaan juga. Dalam praktiknya terdapat manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, dan juga para pihak berkepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu (Kasmir, 2017: 197):

- Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

- Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas yaitu (Kasmir, 2017: 198):

- Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.2.5. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan pada tujuan dan kebutuhan perusahaan yang ingin dicapai. Menurut Hery (2017: 312) mengemukakan bahwa rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, serta mengetahui tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Hasil pengembalian atas aset (*return on assets*) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah

laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dan yang tertanam dalam total aset.

Maka, apabila semakin tinggi hasil pengembalian atas aset, berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Dan sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset, berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset atau *return on assets* (Hery, 2017: 314):

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(2.4)$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas (*return on equity*) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba yang tertanam dalam total ekuitas.

Maka, apabila semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas, berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Dan sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas, berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas atau *return on equity* (Hery, 2017: 315):

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.5)$$

3. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Marjin laba kotor (*gross profit margin*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio

ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih yaitu penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi dengan retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Maka, apabila semakin tinggi margin laba kotor, berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual atau rendahnya harga pokok penjualan. Dan sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor, berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya harga jual atau tingginya harga pokok penjualan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor atau *gross profit margin* (Hery, 2017: 316):

$$\text{Gross Profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(2.6)$$

4. **Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)**

Marjin laba operasional (*operating profit margin*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional disini terdiri dari beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Maka, apabila semakin tinggi margin laba operasional, berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor atau rendahnya beban operasional. Dan sebaliknya, semakin rendah margin laba operasional, berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih.

Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor atau tinggi beban operasional.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional atau *operating profit margin* (Hery, 2017: 316):

$$\text{Operating Profit Margin (OPM)} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(2.7)$$

5. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Marjin laba bersih (*net profit margin*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Maka, apabila semakin tinggi marjin laba bersih, berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Dan sebaliknya, semakin rendah marjin laba bersih, berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih atau *net profit margin* (Hery, 2017: 317):

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(2.8)$$

Dalam penelitian ini, untuk mengukur profitabilitas menggunakan rasio *return on assets* (ROA). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) atas aset secara keseluruhan. Semakin tinggi nilai ROA dalam sebuah perusahaan, maka semakin

baik pula kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya. ROA termasuk tolak ukur bagi para investor dalam berinvestasi di sebuah perusahaan.

2.2.6. Pengertian Struktur Modal

Menurut Sartono (2015: 225) bahwa struktur modal adalah kombinasi pendanaan permanen jangka panjang yang digunakan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pembelanjaan dan pembiayaan dengan sumber pendanaan jangka panjang yang berasal dari utang jangka panjang dan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa).

Struktur modal merupakan salah satu area pengambilan keputusan keuangan yang paling rumit karena terdapat keterkaitan hubungan dengan variabel keputusan keuangan lainnya (Gitman dan Zutter, 2015: 52).

Fahmi (2015: 184) menyatakan struktur modal menggambarkan bentuk dari proporsi finansial perusahaan antara modal yang dimiliki bersumber dari utang jangka Panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholders equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan.

Struktur modal bertujuan mengkombinasikan sumber-sumber dana permanen yang akan digunakan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan itu sendiri. Pendanaan tersebut bersumber dari utang dan modal. Apabila perusahaan memiliki utang yang besar, maka modal perusahaan juga akan besar. Dengan adanya modal yang besar perusahaan akan mampu menghasilkan laba yang besar, dan disertai adanya risiko yang besar pula.

2.2.7. Teori Struktur Modal

Setiap perubahan struktur modal akan mempengaruhi biaya modal secara keseluruhan. Hal ini dapat menyebabkan masing-masing jenis modal memiliki biaya modal sendiri-sendiri. Teori struktur modal dianggap penting dikarenakan

besarnya biaya modal keseluruhan ini yang nantinya akan digunakan pada pengambilan keputusan investasi.

Menurut Hanafi (2016: 297) teori struktur modal terdiri dari :

1. Pendekatan Tradisional

Pendekatan tradisional berpendapat akan adanya struktur modal yang optimal. Dengan kata lain struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Struktur modal dapat diubah-ubah agar dapat diperoleh nilai perusahaan yang optimal.

2. Pendekatan Modigliani dan Miller (MM)

Pada tahun 1950, Modigliani dan Miller (MM) menentang pandangan tradisional struktur modal. Mereka berpendapat bahwa struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian pada awal tahun 1960, kedua ekonom tersebut memasukkan faktor pajak ke dalam analisis mereka. Mereka sampai pada kesimpulan bahwa nilai perusahaan dengan utang lebih tinggi dibandingkan nilai perusahaan tanpa utang. Kenaikan nilai tersebut dikarenakan adanya penghematan pajak dari penggunaan utang.

3. Teori *Trade Off*

Teori *trade off* merupakan gabungan antara teori struktur modal Modigliani dan Miller dengan memasukkan biaya kebangkrutan dan biaya keagenan yang mengindikasikan adanya penghematan pajak dari utang dengan biaya kebangkrutan.

4. Model Miller dengan Pajak Perusahaan dan Personal

Modigliani dan Miller mengembangkan model struktur modal tanpa pajak dan dengan pajak. Nilai perusahaan dengan pajak lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan tanpa pajak. Selisih tersebut diperoleh melalui penghematan pajak karena bunga bisa dipakai untuk mengurangi pajak. Miller kemudian mengembangkan model struktur modal dengan memasukkan pajak personal. Pemegang saham jika menerima dividen dan pemegang utang jika

menerima bunga harus membayar pajak. Menurut model tersebut, tujuan yang ingin dicapai adalah tidak hanya meminimalkan pajak perusahaan, tetapi meminimalkan total pajak yang harus dibayarkan (pajak perusahaan, pajak atas pemegang saham, dan pajak atas pemegang utang).

5. *Packaging Order Theory*

Packaging order theory menjelaskan urutan-urutan pendanaan. Menurut teori ini, manajer keuangan tidak memperhitungkan tingkat utang yang optimal. Kebutuhan dana ditentukan oleh kebutuhan investasi. Apabila ada kesempatan untuk melakukan investasi, maka perusahaan akan mencari dana untuk mendanai kebutuhan investasi tersebut. Perusahaan akan mendanai kebutuhannya mulai dari dana internal dan pilihan terakhir dengan menerbitkan saham.

Di samping kebutuhan investasi, hal lain yang berkaitan yaitu pembayaran dividen. Pembayaran dividen akan menyebabkan dana kas berkurang. Jika kas berkurang maka perusahaan akan menerbitkan sekuritas baru. *Packaging order theory* menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi justru mempunyai tingkat utang yang lebih kecil. Tingkat utang yang kecil tersebut dikarenakan perusahaan tidak membutuhkan dana eksternal. Tingkat keuntungan yang tinggi menjadikan dana internal mereka cukup untuk memenuhi kebutuhan investasi.

6. Teori Asimetri Informasi dan *Signalling*

Konsep asimetri informasi dan *signalling* berkaitan erat. Teori asimetri mengatakan bahwa para pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan risiko perusahaan. Pihak tertentu mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan pihak lainnya. Manajer biasanya mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak luar (investor). Karena itu dapat dikatakan terjadi asimetri informasi antara manajer dengan investor.

Teori *signalling* yaitu model dimana struktur modal (penggunaan utang) merupakan signal yang disampaikan oleh manajer ke pasar. Perusahaan yang

meningkatkan utang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa mendatang. Karena cukup yakin, maka manajer perusahaan tersebut berani menggunakan utang yang lebih besar. Investor diharapkan dapat menangkap sinyal tersebut, sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik. Dengan demikian utang memberikan sinyal yang positif.

2.2.8. Komponen Struktur Modal

Struktur modal suatu perusahaan secara umum terdiri atas beberapa komponen, yaitu (Riyanto, 2015: 227):

1. Modal Sendiri (*Shareholder's Equity*)

Modal sendiri adalah modal yang bersumber dari pemilik perusahaan dan yang tertanam di perusahaan dengan waktu yang tidak tertentu lamanya. Modal sendiri berasal dari sumber *intern* dan sumber *ekstern*. Sumber *intern* berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan sumber *ekstern* berasal dari modal yang bersumber dari pemilik perusahaan. Modal sendiri dalam suatu perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) terdiri dari modal saham dan laba ditahan.

a) Modal Saham

Saham adalah tanda bukti pengambilan bagian atau peserta dalam suatu Perseroan Terbatas (PT), dimana modal saham terdiri dari:

- Saham Biasa (*Common Stock*)
Saham biasa adalah bentuk komponen modal jangka panjang yang ditanamkan oleh investor, dimana pemilik saham ini, dengan memiliki saham berarti ia membeli prospek dan siap menanggung segala resiko sebesar dana yang ditanamkan.
- Saham Preferen (*Prefferend Stock*)
Saham preferen adalah bentuk komponen modal jangka panjang yang kompensasinya (dividen) dibayarkan lebih dahulu (utama) sebelum membayar kompensasi saham biasa.

b) Laba Ditahan

Laba ditahan adalah sisa laba dari keuntungan yang dibayarkan sebagai dividen. Komponen modal sendiri ini merupakan modal dalam perusahaan yang dipertaruhkan untuk segala risiko, baik risiko usaha maupun risiko kerugian-kerugian lainnya. Modal sendiri ini tidak memerlukan adanya jaminan atau keharusan untuk pembayaran kembali dalam setiap keadaan maupun tidak adanya kepastian tentang jangka waktu pembayaran kembali modal yang disetor. Oleh karena itu, tiap-tiap perusahaan harus mempunyai sejumlah minimum modal yang diperlukan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Modal sendiri yang bersifat permanen akan tertanam dalam perusahaan dan dapat diperhitungkan pada setiap saat untuk memelihara kelangsungan hidup serta melindungi perusahaan dari risiko kebangkrutan.

2. Modal Asing/Hutang Jangka Panjang (*Long-term Debt*)

Modal asing/hutang jangka Panjang adalah hutang yang jangka waktunya umumnya lebih dari sepuluh tahun. Hutang jangka panjang ini pada umumnya digunakan untuk membelanjai perluasan perusahaan (ekspansi) atau modernisasi dari perusahaan, karena kebutuhan modal untuk keperluan tersebut meliputi jumlah yang besar. Adapun jenis dari hutang jangka panjang yaitu terdiri dari pinjaman obligasi dan pinjaman hipotik.

a) Pinjaman Obligasi

Pinjaman obligasi adalah pinjaman uang untuk jangka waktu yang panjang, dimana debitur mengeluarkan surat pengakuan hutang yang mempunyai nominal tertentu. Pelunasan atau pembayaran kembali pinjaman obligasi dapat diambil dari penyusutan aktiva tetap yang dibelanjai dengan pinjaman obligasi tersebut dan dari keuntungan.

b) Pinjaman Hipotik

Pinjaman hipotik adalah pinjaman jangka panjang dimana pemberi uang (kreditur) diberi hak hipotik terhadap suatu barang tidak bergerak agar

pihak debitur tidak memenuhi kewajibannya, barang itu dapat dijual dan hasil penjualan tersebut dapat digunakan untuk menutupi tagihannya.

2.2.9. Rasio Struktur Modal

Menurut Hery (2017: 295) rasio struktur modal adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya. Berikut ini adalah penjelasan dan perhitungan rasio struktur modal:

1. *Debt to Assets Ratio (DAR)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

$$\text{Debt to Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(2.9)$$

2. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur perimbangan antara kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Rasio ini juga dapat berarti sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban membayar hutangnya dengan jaminan modal sendiri.

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.10)$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LDER)*

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara utang jangka panjang

dengan modal sendiri atau seberapa besar utang jangka panjang dijamin oleh modal sendiri.

$$LDER = \frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.11)$$

Dalam penelitian ini untuk mengukur struktur modal menggunakan *debt to equity ratio* (DER), karena dapat menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio DER, maka semakin tinggi pula risiko yang harus dihadapi oleh perusahaan, dikarenakan sumber pendanaan perusahaan lebih besar menggunakan utang dibanding dengan modal sendiri. Penggunaan utang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, dan hal tersebut pula dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor.

2.2.10. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Menurut Riyanto (2015: 299) mengemukakan bahwa perusahaan yang besar terlihat dari beredarnya saham dengan jumlah yang besar dengan ruang lingkup yang luas, setiap edaran saham dalam jumlah yang besar serta perluasan modal saham tersebut memiliki risiko yang minim dalam kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Namun perusahaan yang kecil sahamnya hanya beredar di ruang lingkup yang kecil pula, penambahan jumlah saham akan memiliki pengaruh yang besar terhadap hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Bagi perusahaan besar yang sahamnya beredar di ruang lingkup yang luas akan lebih berani untuk menerbitkan dan mengedarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan perusahaan dan membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan akan semakin

mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan dari dalam dan luar perusahaan, dan juga memberikan kemungkinan dalam pengelolaan dan pemakaian modal yang lebih efisien, sehingga hal tersebut dapat menarik minat dan kepercayaan investor pada perusahaan. Para investor juga lebih tertarik dengan perusahaan yang lebih besar, sebab harga saham di pasar modal akan meningkat apabila terdapat peningkatan permintaan pembelian saham. Jika terjadi peningkatan harga saham, maka dapat dianggap perusahaan memiliki nilai yang makin besar.

Berikut adalah rumus yang digunakan dalam menghitung ukuran perusahaan (Hartono, 2017: 282):

$$Company Size = Ln total aset \dots\dots\dots(2.12)$$

2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2017: 196) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini digunakan untuk mengetahui seberapa efisien pengelolaan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, serta kelangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. Sehingga kepercayaan investor terhadap perusahaan akan semakin tinggi untuk melakukan investasi, dan harga saham perusahaan akan meningkat, yang berarti dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhardi (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan Tarmiji (2019) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.2. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2015: 225) struktur modal merupakan perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang dengan saham preferen dan saham biasa. Struktur modal adalah perbandingan modal asing atau jumlah utang dengan modal sendiri. Apabila pendanaan perusahaan yang bersumber dengan modal sendiri mengalami kekurangan, maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang bersumber dari luar, yaitu utang. Pengelolaan struktur modal yang baik akan mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan yang akan meningkat, sehingga nilai perusahaan akan ikut meningkat pula. Kesalahan dalam pengelolaan struktur modal akan berdampak memiliki utang yang besar, karena dapat meningkatkan risiko yang harus ditanggung, dimana terjadi ketidaksanggupan perusahaan dalam membayar beban bunga dan utang-utang, sehingga nilai perusahaan akan menurun.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Astika (2019) bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, temuan ini didukung oleh *trade off theory* yang menyatakan bahwa peningkatan rasio utang pada struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada dasarnya ukuran perusahaan adalah pengelompokkan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Menurut Putra dan Lestari (2016: 4054) skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena dengan ukuran perusahaan yang lebih besar maka lebih mudah mendapatkan pendanaan dari eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula tingkat utang yang digunakan untuk mengembangkan prospek perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang asetnya lebih kecil, sehingga dapat menarik perhatian para investor untuk memiliki saham pada perusahaan tersebut. Harga saham di pasar modal akan meningkat, apabila terdapat peningkatan permintaan pembelian saham. Jika terjadi peningkatan harga saham, maka dapat dianggap perusahaan memiliki nilai yang makin besar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhardi (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian serupa juga dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serupa

dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tarmiji (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjabaran teori, tujuan penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ = Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

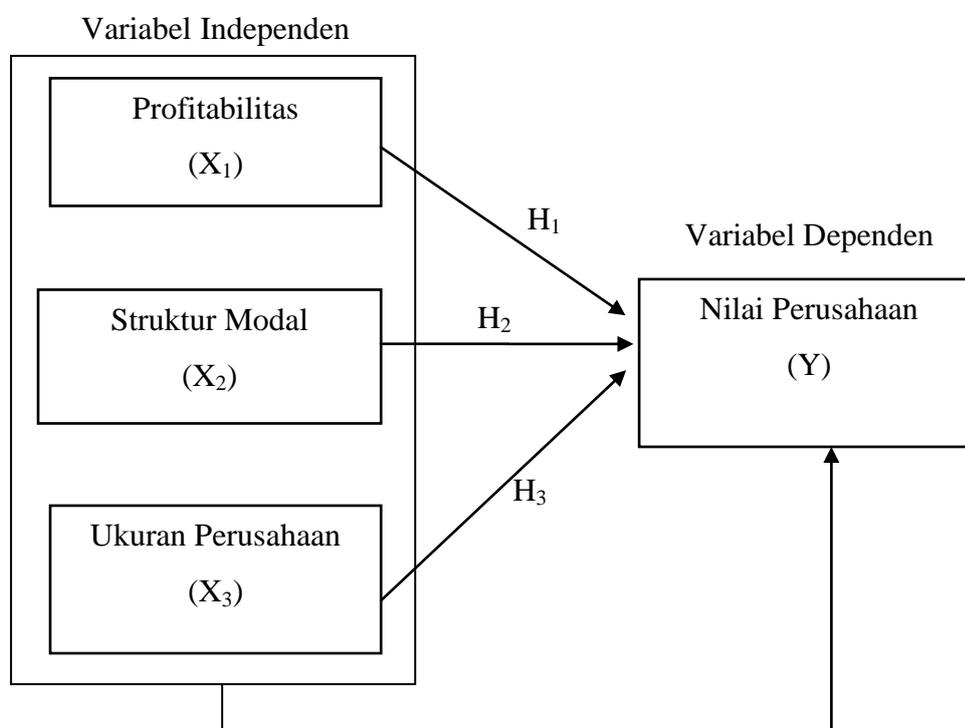
H₂ = Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H₃ = Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Pada penelitian ini dapat digambarkan suatu kerangka konsep penelitian yang dapat dijadikan landasan dalam penulisan, sehingga dapat diketahui variabel-variabel apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka konseptual tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual di atas bahwa dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya dan mengelola kegiatan operasionalnya (Ross, *et al.* 2018: 72). Pada tanda panah H₁ di atas menunjukkan hipotesis bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis tersebut dilandaskan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya (Ross, *et al.* 2018: 66). Pada tanda panah H2 di atas menunjukkan hipotesis bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis tersebut dilandaskan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Astika (2019) bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan yang artinya mencerminkan perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas, sehingga lebih mudah dalam meningkatkan nilai perusahaan (Hery, 2017: 3). Pada tanda panah H3 di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis tersebut dilandaskan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.