

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama dibentuknya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang akan mencerminkan gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan hingga saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan akan mencerminkan prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik saham juga akan ikut meningkat. Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186), nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham akan semakin tinggi juga nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, oleh karena itu dengan tingginya nilai perusahaan maka akan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham pula

Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang akan dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka akan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham. Husnan (2015) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Keown (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga utang dan ekuitas perusahaan yang beredar.

Suharli (2016) menyatakan secara umum banyak metode maupun teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan diantaranya adalah: 1) Pendekatan laba yaitu metode rasio tingkat laba atau price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba. 2) Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas. 3) Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen. 4) Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva. 5) Pendekatan harga saham. 6) Pendekatan *Economic Value Added* (EVA).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Rasio PBV yang tinggi mengindikasikan harga saham yang tinggi jika dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi harga saham, maka dapat dikatakan semakin berhasil perusahaan dalam menciptakan nilai bagi para pemegang saham. Rasio ini dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$PBV = \frac{Ps}{BVS}$$

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

Ps = harga pasar saham perlembar

BVS = nilai buku perlembar saham

PBV memiliki beberapa keunggulan antara lain, 1) Nilai buku memiliki ukuran intuitif yang relatif stabil jika dibandingkan dengan harga pasar. Para Investor yang kurang percaya terhadap metode discounted cash flow, akan memilih menggunakan price book value sebagai dasar untuk perbandingan. 2) Nilai buku merupakan standar akuntansi yang lebih konsisten bagi semua perusahaan. PBV dapat dibandingkan antara perusahaan-perusahaan yang memiliki kesamaan sebagai petunjuk adanya under atau overvaluation. 3) Perusahaan-perusahaan yang memiliki earning negative yang tidak dapat dinilai dengan menggunakan *price*

earning ratio (PER) akan tetapi dapat dievaluasi dengan menggunakan *price book value ratio* (PBV)

2.1.2. Profitabilitas

Putro dan Suwarno (2017:412) profitabilitas menggambarkan tingkat efektifitas operasional perusahaan yang dicapai suatu perusahaan. Apabila tingkat profitabilitasnya rendah maka auditor melakukan tugas pengauditannya dengan hari-hati karena adanya resiko bisnis yang tinggi sehingga membuat terhambatnya proses audit dan menyebabkan penerbitan audit akan lebih panjang.

Dadue (2018) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba di periode tertentu. laba sering kali dijadikan sebagai tolak ukur kinerja suatu perusahaan, dimana suatu perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi maka kinerja perusahaan tersebut baik, begitu pula sebaliknya. Rasio profitabilitas mengukur seberapa efektif perusahaan sehingga mendapatkan keuntungan.

Selain memaksimalkan nilai perusahaan salah satu tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dengan tingginya tingkat keuntungan atau laba suatu perusahaan maka akan meningkat pula kemakmuran para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan. Oleh karena itu profitabilitas yang tinggi akan membawa pengaruh bagus untuk suatu perusahaan. Karena profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba pada suatu periode tertentu (Ernawati, 2015). Laba yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang sehingga investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan (Sudiani dan Darmayanti, 2016). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu, Munawir (2004).

Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif. Profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode atau dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Profitabilitas

perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas menurut Saidi (2004) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan untuk mendapatkan return, yang terdiri dari yield dan capital gain. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan, juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Rasio profitabilitas (Sjahrial 2013, hlm. 40), merupakan pengukuran kemampuan dalam memperoleh laba dengan menggunakan aset atau modal perusahaan. Dapat dipastikan bahwa semakin tinggi rasio ini adalah semakin baik karena laba yang diperoleh semakin besar. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Rasio profitabilitas ini akan memberikan gambaran tentang efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitasnya maka akan semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tinggi profitabilitas

Ada beberapa macam pengukuran profitabilitas yaitu:

1. Gross Profit Margin (GPM) rasio margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor suatu perusahaan dari setiap barang-barang

yang dijual. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka gross profit margin akan menurun, begitu pula sebaliknya, apabila harga penjualan menurun maka gross profit margin akan naik. Dengan kata lain bahwa rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien

2. Net Profit Margin (NPM), menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh suatu perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak.
3. Return On Asset (ROA) menunjukkan perusahaan menunjukkan menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat mengetahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih pada pengukuran profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva dan juga pendapatan.
4. Return Of Equity (ROE) mengukur tentang kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi para pemegang saham perusahaan atau mengetahui besarnya kembalikan dari perusahaan untuk setiap penanam modal dari pemilik.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa rasio profitabilitas adalah tingkat rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan yang menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan asset dan modal saham tertentu.

2.1.3. Ukuran Perusahaan

Besar atau kecil suatu perusahaan dapat dilihat dengan ukuran perusahaan. Menurut Sujianto dalam Nuraina (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Oleh karena itu, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah Ukuran, skala, atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan berbagai ketentuan, seperti total aset, ukuran registri, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, dan modal lainnya. Pengelompokan perusahaan berdasarkan skala operasional dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Sitanggang (2013) menyatakan bahwa, ukuran perusahaan dengan kapasitas pasar atau penjualan yang besar menunjukkan prestasi perusahaan.

Menurut Analisa (2011) dalam Dewi (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

Ukuran perusahaan = Ln Total Aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Ukuran perusahaan = Ln Total Penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan

2.1.4. Leverage

Leverage adalah penggunaan aktiva atau dana dimana untuk menggunakannya perusahaan harus membayar biaya tetap. Salah satu sumber dana bagi suatu perusahaan adalah dari pinjaman atau utang. Utang yang digunakan

oleh perusahaan juga harus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Menurut Sitanggang (2014) menyatakan bahwa *leverage* merupakan ukuran seberapa besar perusahaan dibiayai oleh unsur utang dan seberapa besar kemampuan perusahaan dari hasil operasi perusahaan untuk melunasi beban pembayaran bunga dan atau pokok pinjaman tersebut.

Weston dan Brigham (1998) mendefinisikan leverage sebagai sejauh mana utang digunakan sebagai sumber keuangan perusahaan. Menurut para ahli, dapat disimpulkan dari berbagai kesepakatan bahwa leverage adalah penggunaan hutang oleh suatu perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk kegiatan perusahaan, yang mengharuskan perusahaan untuk membayar biaya tetap. Rasio leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki solusi, yang berarti total hutangnya melebihi total asetnya (Horne, 1997).

Sedangkan, menurut kasmir (2016:151) menyatakan bahwa leverage merupakan rasio solvabilitas atau leverage yang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai menggunakan utang. Artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam pengertian yang lebih luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi. Irham Fahmi (2016:72) berpendapat bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan telah dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak pada tingkat utang yang tinggi dan akan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut maka bisa disimpulkan bahwa leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi guna memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham.

Hery (2016) rasio solvabilitas atau rasio struktur modal atau rasio leverage merupakan rasio yang menggambarkan suatu perusahaan membayar

utangutangnya. Sama halnya dengan rasio likuiditas, rasio solvabilitas juga diperlukan untuk menganalisis rasio kredit atau analisa laporan keuangan. Rasio solvabilitas menurut Munawir (2016:114) untuk menunjukkan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasikan, baik kewajiban keuangan jangka pendek ataupun jangka panjang.

1. Debt to Asset Ratio

Menurut Fahmi (2011:127) Rasio Solvabilitas adalah rasio untuk melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total aset, sehingga dapat disimpulkan bahwa rasio solvabilitas adalah untuk mengukur presentase besarnya dana yang berasal dari hutang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kreditur lebih menyukai Total Debt to Total Asset Ratio atau Debt Ratio yang rendah sebab tingkat keamanannya lebih baik

2. Debt to Equity Ratio

Menurut Hery (2016:143) adalah Rasio utang terhadap ekuitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan total utang dan total ekuitas. Menurut Nurvigia (2010) Debt Equity of Ratio menunjukkan untuk mengetahui perbandingan jumlah dana yang disediakan oleh peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan, dimana debt to equity ratio semakin besar maka akan semakin rendah pertumbuhan laba yang dialami oleh suatu perusahaan, begitu pula sebaliknya apabila rasio debt to equity ratio semakin rendah maka semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan oleh pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva dan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

3. Long Term Debt to Equity Ratio (LTDER)

Menurut Martono dan Agus (2010:53) "Long Term Debt to Equity Ratio" adalah rasio yang bisa digunakan untuk mengetahui seberapa modal usaha yang dibiayai oleh hutang jangka Panjang.

2.2. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Rachmawati dan Pinem (2015) dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar

di BEI selama periode 2013-2014. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa uji simultan (bersama-sama) yang dilakukan, maka profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Himawan (2019) dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *real estate* dan properti yang *go public* di BEI periode 2016-2018.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kurniawan dan Ardiansyah (2020) dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017". Sampel dalam penelitian ini sebesar 62 perusahaan dari 166 data perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Rolanta, Dewi dan Suhendro (2020) dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan". Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018, dengan metode *purposive sampling* sehingga mendapatkan 14 sampel perusahaan yang dapat digunakan sebagai penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian kelima dilakukan oleh Soge dan Brata (2020) dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan

terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai perusahaan. Sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019.

Penelitian keenam dilakukan oleh Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari pada tahun 2016 dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor *property* dan *real estate* di BEI periode 2012 – 2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Jamaluddin Ali dan Ridwan Faroji pada tahun 2021 dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Li-Ju Chen (Taiwan), Shun-Yu Chen (Taiwan) dalam jurnal internasional pada tahun 2011 yang berjudul “*The influence of profitability on firm value with capital structure as the mediator and firm size and industry as moderator*”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, *leverage* secara umum memiliki pengaruh yang sangat negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Sabrin pada tahun 2016 dalam jurnal internasional yang berjudul “*The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange*”. Penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang berada di Bursa Efek Indonesia. Hasil analisis data ini membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai positif terhadap pencapaian laba

sehingga membenarkan pembayaran deviden, sehingga harga saham akan naik karena perusahaan menunjukkan sinyal positif untuk membayar deviden.

Dan penelitian terakhir dilakukan oleh Dwita Ayu Rizqia pada tahun 2013 dalam jurnal internasional yang berjudul “*Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value*”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang go public dan tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2006-2011 dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus. Hasil penelitian tersebut selanjutnya menjelaskan bahwa variabel penelitian yaitu *financial leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian

2.3.1. Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). Profitabilitas mampu mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh investor atas investasi yang akan dilakukan. Dengan kemampuan perusahaan mampu menghasilkan laba, maka akan dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modal di perusahaan dan akan menyebabkan meningkatnya harga saham perusahaan di Bursa. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi nilai perusahaan.

Dalam penelitian sebelumnya dilakukan oleh Jamaluddin Ali dan Ridwan Faraji pada tahun 2021 dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gabrielle Givens Kurniawan & Ardiansyah pada tahun 2020 dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017)”. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama yang dapat dikembangkan adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.2. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan akan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang nampak dalam nilai total aktivasnya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka terdapat kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini diakibatkan perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan ini akan menarik perhatian atau minat investor membeli saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut akan menyebabkan naiknya harga saham perusahaan bersangkutan di pasar modal. Investor akan memiliki ekspektasi yang besar pada perusahaan dengan ukuran yang besar. Ekspektasi investor berupa pengembalian berupa dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Ukuran yang dimiliki perusahaan akan berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator dari kekuatan keuangan dari perusahaan (Hermuningsih, 2012:233).

Hasil penelitian sebelumnya yang sudah terbukti bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012), Rizqia, dkk (2013), dan Nurhayati (2013). Penelitian tersebut menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Suatu perusahaan besar akan lebih mudah dalam mengakses masuk ke pasar modal, sehingga akan mudah mendapatkan investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui harga sahamnya. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua yang akan dikembangkan adalah:

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.3. Hubungan leverage terhadap Nilai Perusahaan

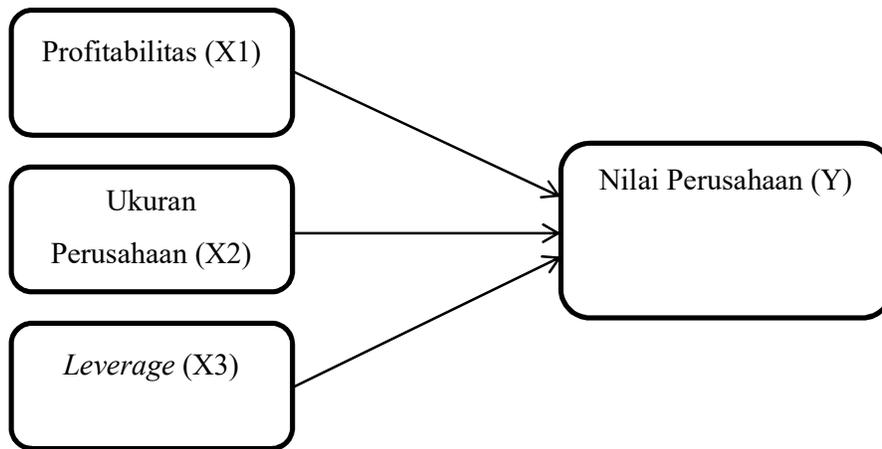
Leverage merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sampai mana sekuritas perusahaan berpenghasilan tetap (saham preferen dan utang) digunakan didalam struktur modal perusahaan. (Brigham dan Houston, 2010) menyatakan semakin tinggi leverage maka semakin tinggi risiko bisnis yang akan diperoleh yang akan menyebabkan nilai perusahaan menurun.

Hasil penelitian sebelumnya yang sudah terbukti bahwa leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah penelitian Nurhasanah (2012). menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang didukung oleh penelitian (Kouki dan Said, 2011). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011). yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Setiadewi (2014) menemukan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan bahwa *leverage* merupakan gambaran dari jumlah besar atau kecilnya pemakaian utang oleh suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga yang dapat dikembangkan adalah:

H3: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini adalah melihat adanya pengaruh antara profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka kerangka konseptual penelitian ini ditunjukkan dengan gambar 2.1:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

Variabel independen : Profitabilitas X1, Ukuran perusahaan X2, leverage X3

Variabel dependen : Nilai Perusahaan yang disimbolkan dengan Y