# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Landasan Teori

### 1. Nilai Perusahaan

Meurut Hanafi (2004) nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*present value*) dari *free cash flow* di masa yang akan datang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cash flow* merupakan *cash flow* yang tersedia bagi investor setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih.

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

a. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan. Dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.

b. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

c. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini

bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

d. Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.

e. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan contohnya kinerja keuangan perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage*, *Corporate Governance,* dan lain sebagainya. Dengan begitu nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen perusahaan mengelola aset perusahaan, peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham perusahaan.

**2. Teori Agensi**

Teori keagenan *(agency theory)* dikembangkan di tahun 1970-an terutama pada tulisan Jensen dan Meckling (1976) pada tulisan yang berjudul *"Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and*

*Ownership Structure"*. Konsep-konsep teori keagenan dilatarbelakangi oleh berbagai teori sebelumnya. Teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan).

Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*stakeholder*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham.

Menurut Setyapurnama dan Norpratiwi (2004) menyatakan hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah pada saat pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai tujuan yang berbeda. Pemilik modal menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para pemilik modal, sedangkan manajer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer. Sehingga dapat membuat perpecahan dan konflik kepentigan antara pemilik atau investor dengan manajer.

Memisahkan antara fungsi eksekutif dan fungsi pengawasan pada teori keagenan dapat menciptakan *check and balance*. Sehingga membuat

independensi sehat terhadap manajer untuk mengoptimalkan kinerja keuangan dan *return* yang bagus untuk para pemegang saham.

### 3. Teori Sinyal *(Signaling Theory)*

*Signalling Theory* atau teori sinyal dikembangkan oleh Ross, (1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Di dalam *signalling theory* dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki "berita bagus" dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan yang kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar.

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain Sari dan Zuhrohtun, (2006).

Manajer pada umumnya termotivasi untuk menyampaikan informasi yang baik mengenai perusahaannya ke publik secepat mungkin,

misalnya melalui jumpa pers. Namun pihak diluar perusahaan tidak tahu kebenaran dari informasi yang disampaikan tersebut. Jika manajer dapat memberi sinyal yang meyakinkan, maka publik akan terkesan dan hal ini akan terefleksi pada harga sekuritas. Jadi dapat disimpulkan karena adanya *asymetric information,* pemberian sinyal kepada investor atau publik melalui keputusan-keputusan manajemen menjadi sangat penting Atmaja, (2008).

Perangin-angin dan Fauzie, (2013) melihat adanya beberapa perusahaan sektor pertambangan yang melakukan penambahan jumlah saham yang baru dalam jumlah yang besar sehingga mempengaruhi nilai pasar saham. Penambahan saham baru tidak selalu direspon positif, karena hal tersebut juga dapat direspon negatif oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan mengalami kesulitan keuangan sehingga investor tidak mau menahan sahamnya dalam waktu yang relatif lama.

**4. *Good Corporate Governance (GCG)***

Menurut Hastuti (2005) Isu *corporate governance* muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau seringkali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanam tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang

menguntungkan sehingga tidak mendatangkan return. *Corporate governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dan manajer.

Menurut Alijoyo (2004) dalam arti sempit pada dasarnya *Corporate Governance* berbicara tentang dua aspek yakni *Goernance Structure* atau *Board Structure* dan *Governance Process* atau *governance mechanism* pada perusahaan. Menurut *Forum For Corporate Governance Indonesia (*FCGI*)* dalam Rosyada (2010) GCG didefinisikan sebagai seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajibannya, atau dengan kata lain sistem mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Menurut Linan (2000) terdapat empat prinsip dasar pengelolaan perusahaan yang baik. Keempat prinsip tersebut adalah:

a. Keadilan *(fairness)* yang meliputi : (1) Perlindungan bagi seluruh hak pemegang saham (2) Perlakuan yang sama bagi para pemegang saham.
b. Transparansi *(transparancy)* yang meliputi (1) Pengungkapan informasi yang bersifat penting (2) Informasi harus disiapkan, diaudit dan diungkapkan sejalan dengan pembukuan yang berkualitas (3) Penyebaran informasi harus bersifat adil, tepat waktu dan efisien.

c. Dapat dipertanggungjawabkan *(accountability)* yang meliputi meliputi pengertian bahwa (1) Anggota dewan direksi harus bertindak mewakili kepentingan perusahaan dan para pemegang saham (2) Penilaian yang bersifat independen terlepas dari manajemen (3) adanya akses terhadap informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu.

d. Pertanggungjawaban *(responsibility)* meliputi (1) Menjamin dihormatinya segala hak pihak-pihak yang berkepentingan (2) Para pihak yang berkepentingan harus mempunyai kesempatan untuk mendapatkan ganti rugi yang efektif atas pelanggaran hak-hak mereka (3) Dibukanya mekanisme pengembangan prestasi bagi keikutsertaan pihak yang berkepentingan (4) Jika diperlukan, para pihak yang berkepentingan harus mempunyai akses terhadap informasi yang relevan.

*Good Corporate Governance* dapat menciptakan kondisi perusahaan yang kondusif untuk dapat menjalankan operasional perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan return yang baik bagi pemegang saham. Menurut Rahayu (2010) menyatakan bahwa pemegang saham saat ini sangat aktif dalam meninjau kinerja perusahaan karena mereka menganggap bahwa CG yang lebih baik akan memberikan imbal hasil yang lebih tinggi bagi mereka. Tujuh puluh lima persen dari investor mengatakan bahwa praktek CG paling tidak sama pentingnya dengan kinerja keuangan ketika mereka mengevaluasi perusahaan untuk tujuan

investasi. Bahkan 80% dari investor mengatakan bahwa mereka akan membayar lebih mahal untuk saham perusahaan yang memiliki CG yang lebih baik *Well Governed Company* (WGC) dibandingkan perusahaan lain dengan kinerja keuangan relatif sama.

Menurut Rahayu (2010) berpendapat bahwa pertama, perusahaan yang dikelola dengan lebih baik akan dapat lebih menguntungkan sehingga mendapat dividen yang lebih tinggi. Kedua, disebabkan oleh karena investor luar dapat menilai *earnings* atau dividen yang sama dengan lebih tinggi untuk perusahaan yang menerapkan CG yang lebih baik. Hasil penelitian menunjukan tidak adanya bukti mengenai perusahaan dengan CG yang baik lebih menguntungkan atau memberikan dividen yang lebih tinggi terhadap para investor, namun ditemukan bukti bahwa para investor menilai *earnings* atau arus dividen yang sama dengan lebih tinggi untuk perusahaan yang menerapkan CG yang lebih baik.

**5. CGPI *(Corporate Governance Perception Index)***

*Corporate Governance Perception Index* (CGPI) adalah program riset dan pemeringkatan penerapan GCG pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep *Corporate Governance* (CG) melalui perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) dengan melaksanakan evaluasi dan *benchmarking*.

Peserta CGPI harus mengikuti empat tahapan penilaian, yaitu *self assessment*, sistem dokumentasi, penyusunan makalah, dan observasi. Kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan pada tahapan *self assessment* terdiri dari 12 aspek penilaian, berupa pernyataan tentang hal-hal yang dipersepsikan oleh organ dan anggota perusahaan. Kuesioner disusun berdasarkan variabel riset seputar permasalahan implementasi GCG dalam perspektif organisasi pembelajar. Pengujian keandalan kuesioner menggunakan koefisien keandalan minimal yang harus dipenuhi, sebesar 0,7. Selanjutnya, pada tahapan sistem dokumentasi, peserta CGPI dipersyaratkan harus menyerahkan tidak kurang dari 39 jenis dokumen atau disesuaikan dengan status perusahaan. Pada tahapan penyusunan makalah, setiap peserta CGPI harus menyusun makalah yang menggambarkan serangkaian proses implementasi GCG dalam perspektif organisasi pembelajar sesuai dengan sistematika isi dan penulisan yang telah ditentukan, dan dipaparkan pada saat observasi agar memudahkan penilaian. Uraian makalah dari masing-masing peserta CGPI diharapkan mampu memberikan gambaran tentang serangkaian proses dan program implementasi GCG di perusahaan dan upaya proses belajar seluruh peserta CGPI untuk dapat meningkatkan system perusahaan menjadi lebih baik.

Pemeringkatan CGPI berdasarkan nilai peringkat yang diperoleh dan disusun menurut rentang skor menurut hasil nilai yang diperoleh oleh masing-masing peserta. Dan diberikan peringkat kategori, yaitu sangat

terpercaya, terpercaya, dan cukup terpercaya. Selanjutnya hasil riset pemeringkatan dipublikasikan di majalah SWA dan IICG.

**6. Ukuran perusahaan**

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural dari penjualan Ghozali, (2006).

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan Seftianne, (2011).

Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*bargaining power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba Sawir, (2004).

Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

**7. Profitabilitas**

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaaan Brigham dan Gapenski, (2006). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Profitabilitas menurut Saidi (2004) dalam Martalina (2011) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah 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 kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas). Dalam hal ini dapat dijelaskan untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan adalah sangat penting bagi investor maupun kreditor. Menurut Sartono (2001) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sedangkan menurut Munawir (1995) dalam Martalina (2011) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dapat dihitung berdasarkan penjualan atau aktiva atau modal sendiri.

Rasio profitabilitas merupakan alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Dalam penelitian ini profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah *return on equity* (ROE). ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income)* yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan, maka semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin baik pula bagi pemegang saham perusahaan.

**8. *Leverage***

Rasio ini merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Sehingga rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aktiva. Menurut Sawir (2008) debt ratio merupakan rasio yang memperlihatkan proposi antara kewajiban yang dimiliki dan seluruh kekayaan yang dimiliki.

Para kreditur secara umum lebih menyukai jika rasio hutang yang dimiliki perusahaan lebih rendah karena semakin rendah rasio hutang maka semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya hutang. Namun disisi lain jika perusahaan yang mempunyai penjualan dan laba yang tinggi memutuskan untuk mengambil hutang penjualanlebih menginginkan rasio hutang yang relatif tinggi karena dengan rasio hutang yang tinggi, perusahaan akan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi pula ketika perekonomian negara dalam kondisi normal, namun sebaliknya perusahaan akan mengalami resiko yang tinggi pula apabila kondisi perekonomian negara sedang mengalami resesi.

## B. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan topik adalah sebagai berikut:

1. Dyah dan Denies tahun 2012 meneliti tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan studi empiris pada perusahaan

yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Hasil penelitian ini adalah 1) GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. 2) Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. 3) GCG dan Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan *corporate governance* yang baik dan pengungkapan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

2. Suhartanti dan Fadjrih tahun 2016 meneliti tentang pengaruh *corporate governance* terhadap nilai dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderating. Dari hasil penelitiannya bisa diketahui bahwa 1) corporate governance yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2) dampak kinerja keuangan terhadap hubungan corporate governance dan nilai perusahaan berpengaruh. 3) kinerja keuangan berdampak pada kepemilikan manejerial dan intitusional terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif.

Sedangkan kinerja keuangan berdampak pada dewan komisaris terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif.

3. Suklimah tahun 2011 meneliti tentang pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening pada perusahaan peraih *The Indonesia Most Trusted Company*-CGPI. Dari penelitian mendapatkan hasil tidak ada satu hepotesis pun yang terbukti kebenarannya. GCG dengan proksi CGPI tidak berpengaruh terhadap NPM. GCG dengan proksi CGPI tidak berpengaruh terhadap ROA.
4. Muryati dan Sadha meneliti tentang pengaruh *corporate governance* pada nilai perusahaan tahun 2014. Dan mendapatkan hasil 1) kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2) kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3) dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4) dewan direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 5) komite audit independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Khumairoh tahun 2016 yang meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dan mendapatkan hasil *leverage* secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependennya.

6. Ernawati dan Widyawati yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tahun 2015 mendapatkan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap perusahaan.
7. Angga dan Wiksuana tahun 2016. Meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini mendapatkan hasil 1) ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) leverage secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 3) profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8. Mikhy dan Lestari tahun 2016 yang meneliti tentang ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor property dan real estate. Penelitian ini mendapatkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## C. Penurunan Hipotesis

Perusahaan yang dikelola dengan manajemen yang baik akan meningkatkan kinerja dan jika kinerja perusahaan meningkat maka laba perusahaan juga akan meningkat. Menurut teori sinyal perusahaan yang dikelola dengan manajemen yang baik akan meningkatkan kinerja perusahaan dan juga akan meningkatkan laba perusahaan dan itu akan memberikan sinyal yang baik dan akan ditangkap oleh investor untuk dapat berinvestasi ke perusahaan tersebut. Karena perusahaan memberikan keyakinan jika dana yang dikelola di perusahaan yang manajemennya bagus akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan saham investor.

Sesuai dengan penelitian Dyah (2012) yang menyatakan bahwa GCG dengan proksi (CGPI) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan menurut Suhartanti dan Fadjrih (2016) menyatakan GCG dengan proksi kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Suklimah (2011) yang berpendapat GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan argumen diatas mendapatkan hipotesis

H1: **Penerapan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

Besar kecilnya ukuran perusahaan cukup mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan Hansen dan Juniarti, (2014). menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dengan devinisi operasional total penjualan yang tinggi dan laba yang didapat akan menjadi semakin besar, dan itu akan memberikan sinyal kepada investor untuk dapat menginvestasikan dananya ke perusahaan sehingga nilai perusahaan semakin naik. Investor dalam hal ini akan cenderung melakukan investasi saham pada perusahaan yang memiliki ukuran perushaan yang lebih besar karena memiliki tingkat resiko yang lebih kecil.

Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Menurut Khumairoh (2006), Ernawati (2015), Angga (2016), dan Mikhy (2016) mendapatkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan begitu mendapatkan hipotesis

**H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya Hardiyanti, (2012). Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi juga, sehingga terlihat kinerja perusahaan yang baik pula. Profitabilitas yang tinggi memberikan laba yang tinggi pula kepada pemegang saham. Hal tersebut memberikan sinyal kepada para investor untuk berinvestasi kedalam perusahaan yang profitabilitasnya lebih tinggi agar mendapatkan keuntungan lebih besar dan mengurangi resiko perusahaan yang likuiditas.

Penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaied (2002) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa peniliti seperti Hermuningsih (2013), Ernawati (2015), Angga (2016), dan Mikhy

(2016). Dinyatakan pula bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

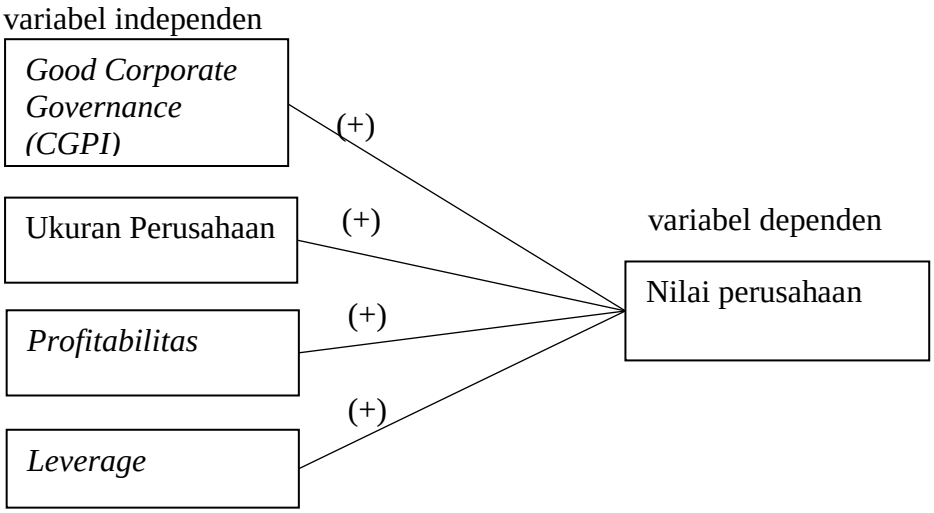
*Leverage* merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai penjualan yang tinggi dan laba perusahaan juga tinggi namun perusahaan tersebut memutuskan untuk berhutang menandakan perusahaan tersebut akan menggunakan hutang untuk mengembangkan perusahaan agar perusahaan dapat lebih berkembang. Dan pendanaan ini memberikan sinyal positif kepada investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut agar mendapatkan return yang lebih besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Khumairoh (2016) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh Angga (2016). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ugwuanyi (2012) menyatakan bahwa peningkatan hutang di struktur modal meningkatan kekayaan pemegang saham yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**H4: *Leverage* bepengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

## D. Model Penelitian

**Gambar 2.1**




kerangka pemikiran teoritis