

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori stakeholder

Freeman (1984) berpendapat bahwa stakeholder adalah seseorang atau sekelompok orang yang dipengaruhi dan mempengaruhi proses perusahaan dalam mencapai tujuannya. Donaldson dan Preston (1995) berpendapat bahwa *stakeholder* perusahaan tidak hanya *shareholder* saja, namun juga terdapat kelompok lainnya, yaitu pelanggan, pemasok, karyawan, kreditor, politisi, pemerintah & masyarakat.

Para *stakeholder* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *primary* dan *secondary* (Clarkson, 1995). *Primary stakeholder* merupakan *stakeholder* yang secara resmi mempunyai relasi kontraktual dengan perusahaan. Klien perusahaan, pemasok barang perusahaan, dan karyawan perusahaan merupakan contoh dari pemangku kepentingan yang termasuk dalam *primary stakeholder*. Sedangkan *secondary stakeholder* merupakan *stakeholder* yang tidak mempunyai kontrak secara resmi dengan perusahaan. Contoh dari *secondary stakeholder* adalah aparat pemerintah, media masa, dan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi dan non-ekonomi, dengan cara menyeimbangkan keinginan dari berbagai *stakeholder*-nya (Pirsch et al., 2007)

*Stakeholder* adalah pihak-pihak yang mampu memberikan dukungan terhadap kepentingan bagi perusahaan dan pihak yang mampu memberikan dukungan dalam mempengaruhi aktivitas perusahaan. Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana sistem manajemen perusahaan dapat memenuhi dan mengelola harapan agar para pemangku kepentingan tetap menyimpan kepercayaan kepada perusahaan. Dalam teori *Stakeholder* perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya pribadi, tetapi juga harus memberikan

informasi yang jauh lebih lengkap tentang semua aktivitas perusahaan dan apa yang menjadi penyebab pengaruhnya terhadap kondisi sosial lingkungan dan masyarakat, untuk memberikan dampak yang bermanfaat bagi para *stakeholder*-nya (pemegang saham, pemerintah, masyarakat, kreditor, konsumen, *supplier*, analis, dan pihak lain). Chairiri (2008) mengatakan bahwa, “Keberlangsungan hidup suatu perusahaan tergantung dari dukungan para *stakeholdernya*. Dimana para *stakeholder* harus mencari dan menemukan dukungan tersebut dengan memilih *stakeholder*, yang mana *stakeholder* yang dipandang penting dalam mengambil tindakan untuk menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan dari para *stakeholdernya* tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin tinggi usaha perusahaan untuk mudah beradaptasi

Para *stakeholder* membutuhkan berbagai informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terkait dengan aktivitas perusahaan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan informasi yang berintegritas, jadi diharuskan untuk memberikan informasi yang mereka miliki guna untuk menarik dan mencari dukungan agar tetap menaruh kepercayaan dari *stakeholder*-nya. Pengungkapan informasi dapat dibagi menjadi dua yakni yang sifatnya wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*).

Teori *Stakeholder* menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada kesejahteraan perusahaan saja, melainkan juga harus memiliki tanggungjawab sosial dengan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkait dampak dari tindakan atau kebijakan strategi perusahaan tersebut (Pradipta, 2015).

### **2.1.2 Nilai Perusahaan (*Company Value*)**

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat melalui nilai perusahaan yang semakin tinggi, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi dapat menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Nilai perusahaan dapat direfleksikan melalui harga

pasar dimana harga pasar merupakan barometer dari kinerja perusahaan. Fenandar & Rahaja (2012), mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar, alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham jika harga perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sudana (2011) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi berarti harga saham juga tinggi dan dipercaya akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Salvatore, 2005). Menurut Yulius & Tarigan (2007) Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu :

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

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.

3. Nilai Instrinsik

Nilai instrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai yang diperoleh dengan membagi total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai hasil penjualan sebagian atau seluruh harta suatu perusahaan jika harta tersebut dijual atau jika perusahaan yang

bersangkutan dilikuidasi.

### **2.1.3 Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Detiana (2011), pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan yang akan datang. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Kusumajaya (2011) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan atau harga saham sebab pertumbuhan penjualan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak pada respon positif dari investor. Menurut Brigham & Houston (2013) sebuah perusahaan yang penjualannya relatif stabil akan aman dalam meminjam lebih banyak hutang dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan (Safrida, 2008).

Horne & Machowicz (2007) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya.

#### **2.1.4 Profitabilitas**

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi. Profitabilitas menurut Saidi (2004) 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 menurut Harahap (2007) adalah kemampuan menghasilkan laba (profit) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri. Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimumkan kekayaan pemegang saham. (Harahap, 2007).

Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Ada beberapa rasio pengukuran tingkat profitabilitas perusahaan yang akan membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Menurut Syahyunan (2015), rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa efektif pengelolaan perusahaan oleh manajemen.

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan Return on Equity (ROE). ROE merupakan pengukuran kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan (Syahyunan, 2015). Dengan asumsi bahwa semakin tinggi Return On Equity (ROE) maka semakin bagus karena perolehan laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan semakin besar,

begitupun sebaliknya. Return On Equity (ROE) digunakan untuk mengukur tingkat kembalian perusahaan atau efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki perusahaan, berarti terjadi kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan tersebut kemudian akan menaikkan harga saham sehingga return saham yang diperoleh investor perusahaan akan semakin besar pula dan akan bisa meningkatkan nilai perusahaan.

### **2.1.5 Struktur Modal**

Struktur modal merupakan bentuk pembelanjaan yang permanen di dalam mencerminkan keseimbangan di antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Keown (2011) mengatakan bahwa struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan utang jangka panjang terhadap sumber modal.

Menurut Hanafi (2012) dalam teori struktur modal menjelaskan pengaruh perubahan struktur modal terhadap nilai perusahaan dimana keputusan investasi dan kebijakan deviden yang di tetapkan perusahaan sama (konstan). Husnan & Pudjiastuti (2012) mengatakan bahwa struktur modal terbaik adalah struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan atau harga saham sehingga perusahaan yang memiliki struktur modal yang baik akan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini struktur modal dapat dihitung dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (DER). Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dan modal sendiri dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibanya.

### **2.1.6 Struktur Aktiva**

Aset atau aktiva secara resmi didefinisikan sebagai manfaat ekonomi masa datang yang cukup pasti dikuasai oleh satu entitas sebagai akibat transaksi atau

kejadian masa lalu (Suwardjono, 2014). Menurut Jusup (2011) aset adalah kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan. Aset bisa saja berasal dari pemilik perusahaan yang disebut modal, dan bisa juga berasal dari pinjaman dari luar perusahaan yang disebut kewajiban.

Brigham & Houston (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang asetnya memadai untuk dijadikan jaminan akan cenderung menggunakan cukup banyak utang. Perusahaan yang memiliki jaminan terhadap utang akan lebih mudah mendapatkan utang daripada perusahaan yang tidak memiliki jaminan. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang memiliki aset tetap dalam jumlah besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana karena besarnya aset tetap dapat dijadikan sebagai jaminan utang perusahaan.

Komposisi aktiva tetap menentukan nilai perusahaan tertentu. Sebagian besar perusahaan dengan keuangan yang stabil memiliki nilai investasi yang tinggi dalam hal aktiva tetap. Ketika aktiva dapat dimanfaatkan secara optimal akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan (Nyamasege, Okibo, Nyang'au, Sang'ania, Omosa, & Momanyi, 2014).

Struktur Aktiva pada penelitian ini dihitung dengan rasio aktiva tetap (FAR), karena penelitian ini memfokuskan untuk melihat proposi aktiva tetap perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar proporsi aktiva tetap terhadap seluruh aktiva perusahaan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian terhadap nilai perusahaan yang dapat mendukung penelitian yang peneliti lakukan, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Febriyanto, (2018)	Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Real Estate Dan Properti Di Bursa Efek Indonesia	Analisis regresi linier berganda.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li><li>2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li><li>3. Likuiditas berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li></ol>

2	Pribadi, Murni & Tegar (2018)	Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia	Uji statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linear Berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</li> <li>3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</li> <li>4. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
3	Apriada & Suardhika (2016)	Pengaruh struktur kepemilikan saham, struktur modal dan profitabilitas pada nilai perusahaan	Analisis Regresi Linier Berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai</li> </ol>

				<p>perusahaan.</p> <p>4. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
4	Mandalika (2016)	Pengaruh struktur aktiva, struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi pada sektor otomotif)	Analisis Regresi berganda	<p>1. Struktur aktiva tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
5	Galuh & Sampurno (2015)	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Dan Size Terhadap Nilai perusahaan	Analisis Regresi Berganda	<p>1. Struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Kebijakan Deviden</p>

				<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
6	Pantow, Murni & Trang (2015)	Analisis Pertumbuhan Penjualan, Ukuran perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45	Analisis Regresi Linear Berganda	<p>1. Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan,</p> <p>2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan,</p> <p>3. Return On Asset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

7	Dewi, Yunita & Atmadja (2014)	Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ 45 di BEI Periode 2008-2012	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
8	Nyamasege, Okibo, Nyang'au, Sang'ania, Omosa, & Momanyi (2014)	Pengaruh Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Kasus Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Nairobi	Statistik Deskriptif dan analisis regresi sederhana	Struktur Aset berpengaruh signifikan terhadap nilai suatu perusahaan.

9	Hestinoviana, Suhadak, Handayani (2013)	Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Pertumbuhan Aset, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	Statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>3. Pertumbuhan aset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>4. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</li> </ol>
---	---	--	--	---

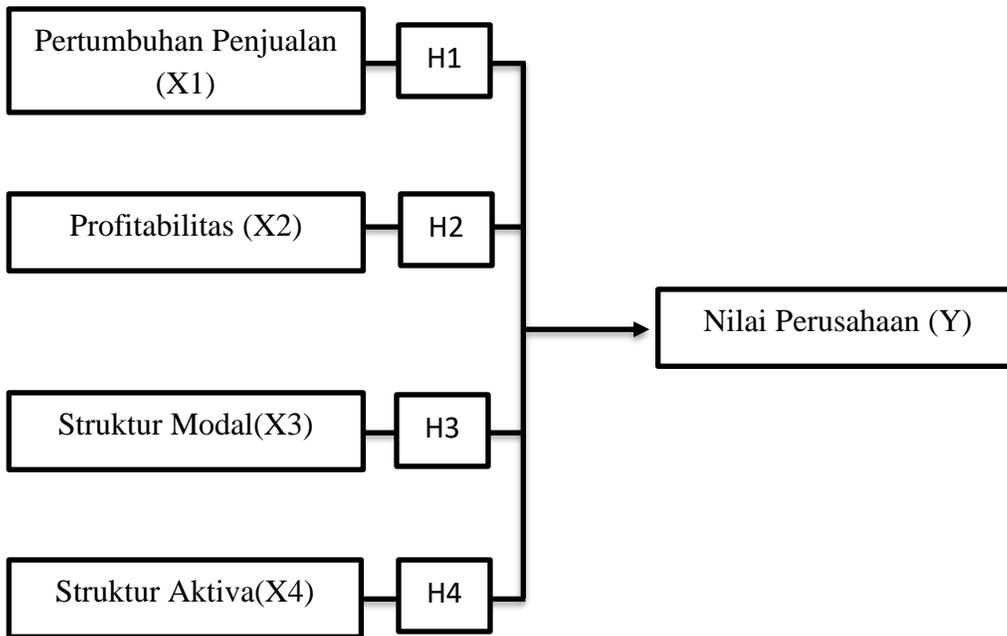
10	Chowdhury, & Chowdhury (2010)	Dampak Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan : Bukti dari Bangladesh Sektor Ekonomi atau Industri	Statistik Deskriptif, Analisis Korelasi, Model regresi deret waktu cross sectional	Struktur Modal berdampak pada nilai perusahaan
----	--	--	--	---

### **2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian**

#### **2.3.1 Kerangka Konseptual**

Menurut Erlina (2011) kerangka konseptual menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian. Penelitian ini mengkaji pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur modal, dan struktur aktiva terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kajian teoritis dan diperkuat dengan penelitian terdahulu diduga bahwa adanya pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Konseptual**



### **2.3.2 Hipotesis Penelitian**

Model penelitian ini dilakukan oleh penulis yaitu dengan tujuan menguji hubungan yang diduga dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan Adapun variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan yaitu, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Struktur Aktiva. Berdasarkan uraian diatas, hubungan masing-masing variabel independen terhadap Nilai Perusahaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

## **1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Kusumajaya (2011) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan atau harga saham sebab pertumbuhan penjualan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan.

Pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek perusahaan yang bagus dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penjelasan diatas adalah penelitian yang dilakukan oleh Febriyanto (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan akiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri. Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham. (Harahap, 2007)

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penjelasan diatas adalah penelitian yang dilakukan oleh Galuh & Sampurno (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **3. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan**

Penggunaan hutang menyebabkan lebih banyak laba operasi perusahaan yang akan diterima oleh investor. Semakin banyak perusahaan mempergunakan hutang, maka semakin tinggi nilai dan harga sahamnya (Brigham & Houston, 2013). Teori Trade-off menjelaskan bahwa peningkatan rasio hutang pada struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar tarif pajak dikali dengan jumlah hutang. Teori Trade-off juga menjelaskan bahwa jika posisi struktur modal berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Syahyunan (2015) menyatakan bahwa jika asumsi titik target struktur modal optimal belum tercapai, maka berdasarkan teori pertukaran memprediksi adanya hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penjelasan diatas adalah penelitian yang dilakukan Dewi, Yuniarta, & Atmadja (2014) bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **4 Pengaruh Struktur Aktiva terhadap Nilai perusahaan**

Struktur Aktiva merupakan proporsi aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Mawikere & Rate, 2015). Menurut Husnan & Pudjiastuti (2012) dana yang diperoleh kemudian diinvestasikan pada berbagai aktiva perusahaan, untuk menandai kegiatan perusahaan, kala kegiatan memperoleh dana berarti perusahaan

menerbitkan aktiva financial (saham dan obligasi), maka kegiatan menanamkan dana mengakibatkan perusahaan memiliki aktiva tetap (seperti tanah, mesin, persediaan, merk dagang).

Sartono (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aset tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan utang dalam jumlah besar karena dari skalanya perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil. Kemudian besarnya aset tetap dapat digunakan sebagai jaminan utang perusahaan. Jaminan ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penjelasan diatas adalah penelitian yang dilakukan oleh Pribadi, Murni dan Tegar (2018) yang menyatakan bahwa Struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan.

H4 : Struktur Aktiva berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.