

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan terutama bagi para pemegang sahamnya terwujud dengan upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menciptakan keuntungan dan membantu pihak yang menerimanya mencapai nilai manfaat. Sebaliknya, suatu nilai tidak diinginkan jika negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi (Tika, 2012). Nilai suatu perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang erat kaitannya dengan harga saham. Berbagai kebijakan yang dapat diambil manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham dengan asumsi bahwa pemegang saham akan makmur jika jumlah kekayaan yang dimilikinya bertambah pula. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya.

Nilai suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasarnya karena dapat memberikan kemakmuran yang sebesar-besarnya kepada para pemegang sahamnya jika harga saham perusahaan tersebut terus mengalami peningkatan. Semakin tinggi harga saham, semakin besar kekayaan pemegang saham. Permintaan saham yang meningkat sangat menarik bagi investor yang berdampak positif pada nilai perusahaan dan tentunya akan tumbuh. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerjanya tetapi juga pada prospeknya di masa depan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pandangan investor terhadap perusahaan yang biasanya berhubungan dengan harga saham. Saat

harga saham tinggi, nilai perusahaan juga akan ikut tinggi. Nilai pasar berbeda dengan nilai buku, jika nilai buku adalah harga yang tercatat dalam nilai saham perusahaan, maka nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dari para pelaku di bursa pasar. Dalam penelitian ini, alat untuk mengukur dari nilai perusahaan, adalah *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. *Price to book value* yang tinggi akan mencerminkan tingkat kekayaan pemegang saham yang tinggi pula, dimana kesejahteraan pemegang saham merupakan tujuan utama dari sebuah bisnis. Semakin tinggi rasio, ini berarti pasar percaya akan prospek masa yang akan datang di perusahaan tersebut. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) dari nilai buku saham tersebut. Selain itu, rasio PBV memiliki beberapa keunggulan yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar di pasar saham. Keunggulan kedua adalah rasio PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murahnya suatu saham pada perusahaan. Rasio ini dapat memberikan gambaran tentang potensi pergerakan harga suatu saham dan dengan demikian secara tidak langsung menggambarkan bagaimana rasio PBV ini juga dapat mempengaruhi harga suatu saham.

2.1.2. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Menurut Fahmi (2014) pertumbuhan penjualan merupakan rasio antara penjualan tahun sekarang di kurangi penjualan tahun kemarin dan di bagi penjualan tahun kemarin. Penjualan yang relatif stabil dan selalu meningkat pada sebuah perusahaan, memberikan kemudahan dari perusahaan tersebut untuk memperoleh aliran dana eksternal atau hutang untuk meningkatkan operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan

perusahaan yang penjualannya tidak stabil Brigham dan Houston (2011). Jadi perusahaan yang penjualan atau tingkat pertumbuhannya tinggi lebih cenderung menggunakan hutang lebih besar daripada perusahaan yang tingkat pertumbuhannya tidak stabil. Hal ini disebabkan karena kebutuhan dana yang digunakan suatu perusahaan untuk pertumbuhan penjualannya semakin besar atau tinggi (Nofriani, 2015). Peran pertumbuhan bagi perusahaan yaitu, perusahaan yang efisien dalam bertumbuh dapat bertahan hidup karena mencerminkan tingkat aktivitas bisnis yang tinggi. Pertumbuhan penjualan dapat diukur berdasarkan perbandingan antara total penjualan periode sekarang (*total sales t*) minus periode sebelumnya (*total sales t-1*) terhadap total penjualan periode sebelumnya (*total sales t-1*).

2.1.3. Struktur Aset

Aset atau aktiva secara resmi didefinisikan sebagai manfaat ekonomik masa datang yang cukup pasti yang dikuasai oleh suatu entitas sebagai akibat transaksi atau kejadian masa lalu (Suwardjono, 2014). Menurut Kasmir (2010) struktur aset adalah kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aset bisa saja berasal dari pemilik perusahaan yang disebut modal (ekuitas), dan bisa juga berasal dari pinjaman dari luar perusahaan yang disebut kewajiban. Struktur aset menggambarkan besarnya aktiva yang dapat dijamin perusahaan ketika perusahaan melakukan kepada kreditor. Struktur aset merupakan proporsi aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Dwi, 2017). 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 tersebut dimanfaatkan secara optimal oleh staff yang kompeten, hal ini akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan (Dwi, 2017).

2.1.4. Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya atau membayar kewajibannya dalam jangka pendek. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan

suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo (Hery, 2015). Jika keuntungan suatu perusahaan besar maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban juga akan besar yang menandakan bahwa keadaan perusahaan tersebut akan semakin baik begitu juga sebaliknya, jika keuntungan suatu perusahaan kecil maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban juga akan semakin kecil. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan yang likuid. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan “tidak likuid”. Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut mempunyai dana internal yang tinggi pula dengan demikian perusahaan akan mengurangi pendanaan eksternalnya. Ini disebabkan karena perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi mempunyai dana internal yang besar, sehingga perusahaan tersebut akan lebih menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk membiayai investasinya sebelum menggunakan pembiayaan eksternal melalui utang. Ada 3 rasio yang dapat digunakan untuk menentukan likuiditas suatu usaha, sebagai berikut.

2.1.4.1. *Current Ratio*

Rasio ini membandingkan aktiva lancar dengan hutang lancar. *Current ratio* adalah rasio yang membandingkan suatu aktiva yang dimiliki perusahaan dengan hutang jangka pendek. Aktiva ini meliputi kas, piutang dagang, persediaan dan aktiva lancarnya. Sedangkan hutang jangka panjang meliputi hutang dagang, hutang wesel, hutang bank.

2.1.4.2. *Quick Ratio*

Quick Ratio disebut juga *acid test ratio*, merupakan perimbangan antarjumlah aktiva lancar dikurangi persediaan dengan jumlah hutang lancar. Persediaan tidak dimasukkan dalam perhitungan quick ratio karena persediaan merupakan komponen aktiva lancar yang paling kecil tingkat likuiditasnya. *Quick ratio* memfokuskan komponen-komponen aktiva lancar yang lebih likuid yaitu kas, surat-surat berharga dan piutang dihubungkan dengan hutang jangka pendek.

2.1.4.3. Cash Ratio

Rasio ini membandingkan antara kas dan aktiva lancar yang bisa segera menjadi uang kas dengan hutang lancar. Kas yang dimaksud adalah uang perusahaan yang disimpan di kantor dan di bank dalam bentuk rekening Koran. Sedangkan harta setara kas adalah harta lancar yang dengan mudah dan cepat dapat diuangkan kembali, dapat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi Negara yang menjadi domisili perusahaan bersangkutan. Rasio ini menunjukkan porsi jumlah kas + setara kas dibandingkan dengan total aktiva lancar. Semakin besar rasionya semakin baik sama seperti *quick ratio*, tidak harus mencapai 100%.

2.1.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya sebuah asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dapat diambil diperhitungkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar aset perusahaan maka semakin besar modal yang ditanam sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan (Sujarweni, 2015). Suatu perusahaan yang mempunyai aset besar akan memiliki banyak sumber informasi, sumber daya manusia dan sistem informasi yang canggih sehingga perusahaan tersebut memungkinkan untuk melaporkan laporan keuangan secara cepat ke publik. Menurut Dewi dan Wirakusuma (2014) ukuran perusahaan yang besar memiliki jumlah karyawan lebih banyak, sehingga pembuatan dan penyusunan laporan keuangan dapat lebih cepat dan penyampaian laporan keuangan juga tepat waktu. Selain itu, semakin besar perusahaan, maka perusahaan akan semakin transparansi dalam menjelaskan kinerjanya kepada dunia luar atau publik, sehingga perusahaan semakin dipercaya oleh kreditor dan perusahaan akan semakin mudah untuk mendapatkan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan.

Menurut Harahap (2007) ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural (\ln) dari rata-rata total asset perusahaan. Penggunaan total asset berdasarkan pertimbangan bahwa total asset mencerminkan ukuran sebuah perusahaan.

2.2. Kajian Empiris

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

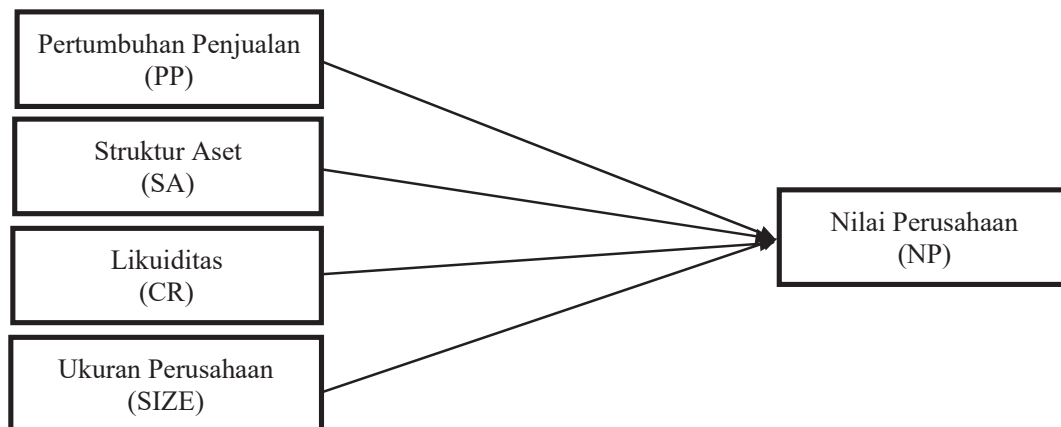
| No | Peneliti | Judul | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|----------------------------------|--|----------------------------------|---|
| 1. | Putra dan Lestari (2016) | Pengaruh Kebijakan Deviden, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan | Analisis regresi linear berganda | Variabel kebijakan deviden, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 2. | Pribadi, Murni, dan Tegar (2018) | Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar yang Terdaftar di BEI | Analisis regresi linear berganda | Variabel struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan variabel ukuran perusahaan, likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 3. | 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 linear berganda | Struktur asset, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |
| 4. | Tahir (2011) | Pengaruh ROE, <i>SIZE</i> , Pertumbuhan Penjualan dan DER, Terhadap Nilai Perusahaan (Studi | Analisis regresi linear berganda | Variabel ROE, <i>SIZE</i> , Pertumbuhan Penjualan dan DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|----|---------------------------------------|--|----------------------------------|---|
| | | pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013) | | |
| 5. | Dhani dan Utama (2017) | Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan | Analisis regresi linear berganda | Variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
| 6. | Isvatul dan Satia (2017) | Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. | Analisis regresi linear berganda | Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
| 7. | Muvidha dan Suryono (2017) | Pengaruh struktur kepemilikan, keputusan pendanaan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. | Analisis regresi linear berganda | Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan |
| 8. | Farizki, Suhendro, dan Masitoh (2021) | Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan | Analisis regresi linear berganda | Variabel likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur asset berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> periode 2015-2019. |
| 9. | Sujana (2019) | Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Resiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan | Analisis regresi linear berganda | Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan resiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|-----|-----------------|--|----------------------------------|--|
| 10. | Meivinia (2018) | Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan | Analisis regresi linear berganda | Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan suku bunga sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antarprofitabilitas terhadap nilai perusahaan. |
|-----|-----------------|--|----------------------------------|--|

2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

2.3.1. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

PP : Pertumbuhan Penjualan

SA : Struktur Aset

CR : Likuiditas

SIZE : Ukuran Perusahaan

NP : Nilai Perusahaan

2.3.2. Hipotesis Penelitian

2.3.2.1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan perusahaan. Suatu perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan tinggi mencerminkan perkembangan perusahaan tersebut tinggi (Fahmi, 2014). Menurut Brigham dan Houston (2011) perusahaan dengan tingkat penjualan relatif stabil apabila memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi. Weston dan Copeland (1992) mengatakan perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang cepat harus lebih banyak menggunakan modal eksternal dengan mempertimbangkan *floating cost* yang ditanggung.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat.

Dugaan tersebut dikuatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Tahir (2011) dalam penelitiannya yang menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka peneliti ini dapat mengatakan bahwa hipotesis dari pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_1 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.2.2. Pengaruh Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur aset menggambarkan besarnya aset yang dapat dijamin perusahaan ketika perusahaan melakukan pinjaman kepada kreditor. Struktur aktiva merupakan proporsi aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Kasmir, 2010). Komposisi aset tetap menentukan nilai perusahaan tertentu. Sebagian besar perusahaan dengan keuangan yang stabil memiliki nilai investasi yang tinggi dalam hal aset tetap. Ketika aset tersebut dimanfaatkan secara optimal oleh staff

yang kompeten, hal ini akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan.

Dugaan tersebut dikuatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pribadi, Murni, dan Tegar (2018) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa struktur asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Struktur aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.2.3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi rasio maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Selain itu tingginya rasio likuiditas menggambarkan ketersediaan dana perusahaan untuk melakukan operasi perusahaan dan membayarkan dividen.

Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi tentunya dianggap menjadi prospek yang bagus oleh para investor, karena para investor mempersepsikan perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga bisa meningkatkan harga saham yang berarti nilai perusahaan juga meningkat.

Dugaan tersebut dikuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adi Putra dan Putu Vivi Lestari (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas, maka penelitian ini mengatakan bahwa hipotesis dari likuiditas terhadap nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut.

H₃ : Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.2.4. Pengaruh Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Perusahaan yang berskala besar akan lebih menguntungkan dan memiliki banyak factor pendukung serta saham yang dimiliki perusahaan tersebar luas. Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor dan kreditor karena berhubungan dengan resiko investasi yang dilakukan.

Semakin besar ukuran perusahaan mencerminkan perusahaan memiliki komitmen yang tinggi untuk memperbaiki kinerjanya, dan dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan mengakses ke pasar modal menunjukkan perusahaan lebih mudah untuk memperoleh dana. Adanya kemudahan tersebut investor menangkap sinyal positif dan prospek yang baik.

Dugaan tersebut dikuatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Isvatul Muvidha dan Bambang Suryono (2017) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. dari penjelasan diatas, maka peneliti ini dapat mengatakan bahwa hipotesis dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut.

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan