

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori sinyal dikemukakan oleh Michel Spence. Spence (1973) menyatakan bahwa terciptanya teori sinyal dapat digunakan oleh dua pihak, diantaranya adalah pihak sumber informasi dan pihak penerima informasi. Pihak sumber informasi berperan untuk menyampaikan informasi yang akan dimanfaatkan oleh penerima informasi. Penerima informasi selanjutnya akan mempertimbangkan tindakan timbal balik sesuai dengan sinyal informasi yang telah diterimanya.

Teori sinyal berperan untuk memberi informasi sinyal kepada perusahaan untuk menyampaikan informasi laporan keuangannya kepada pihak eksternal (Pradita dan Suryono, 2019). Pihak eksternal yang dimaksud yaitu para investor, pemerintah, publik, pelanggan dan kreditor (Lestari dan Sapitri, 2016). Informasi yang minim akan membuat pihak eksternal bertindak menurunkan harga saham untuk perusahaan (Lestari dan Sapitri, 2016). Endiana (2019) menyatakan bahwa turunnya harga saham merupakan reaksi pihak eksternal yang menganggap informasi yang ada sebagai sinyal. Sinyal tersebut digunakan pemegang saham sebagai pertimbangan menentukan penanaman modal pada perusahaan (Jogiyanto, 2010).

Tindakan yang digunakan untuk meminimalkan munculnya informasi yang minim adalah *signaling cost* yang sangat dibutuhkan sebagai penjelasan kepada pemegang saham mengenai kinerja dan prestasi perusahaan. *Signalling cost* berperan sebagai kunci pada saat kondisi penyampaian sinyal kepada para pemegang saham, secara fungsional *signaling cost* berperan menggantikan *direct cost* dan manfaat pada nama baik serta integritas perusahaan pada sinyal yang disampaikan (Spence, 1973).

Hal yang termasuk dalam sinyal yaitu publikasi serta informasi yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai lebih dibandingkan perusahaan lain yang digambarkan melalui laporan keuangan perusahaan yang akan mengembangkan nilai perusahaan untuk jangka panjang (Pradita dan Suryono, 2019). Teori sinyal digunakan untuk menggambarkan nilai perusahaan suatu perusahaan sebagai pertimbangan untuk para investor saat akan menginvestasikan sahamnya.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan yaitu mengoptimalkan nilai perusahaannya. Tercapainya target perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan secara otomatis akan mengoptimalkan kesejahteraan investor, yang termasuk dalam nilai perusahaan yaitu berupa modal serta obligasi yang telah diedarkan di pasar modal (Sakdiah, 2019).

Nilai perusahaan yaitu tolak ukur kinerja perusahaan yang digunakan pemegang saham untuk mempertimbangkan strategi investasi, nilai perusahaan juga dapat digambarkan dengan banyaknya biaya yang akan ditanggung oleh para pemegang saham ketika akan menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal yang memiliki pengaruh terhadap penanaman modal perusahaan yaitu harga saham. Naiknya harga saham sama artinya dengan naiknya nilai perusahaan yang menjadi tujuan utama perusahaan (Rahmadinar dan Khuzaini, 2019).

Harga saham yang tinggi akan disusul dengan tingginya nilai saham pemegang saham, yang dapat dilihat dari tingginya gain yang dimiliki oleh para investor. Perusahaan akan mendapatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan dalam mengembangkan saham jika nilai perusahaan melambung tinggi. Investor juga akan mendapatkan keuntungan maksimal yang dapat digambarkan dengan tingginya return yang didapatkan oleh investor. Nilai perusahaan yang tinggi serta tingginya laba adalah tujuan perusahaan yang berkesinambungan untuk masa depan perusahaan selanjutnya, sehingga kedua hal tersebut memiliki peran yang penting untuk pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Rudangga dan Sudiarta, 2016).

Terdapat tiga faktor yang mencerminkan harga saham digunakan sebagai alat ukur nilai perusahaan, diantara yaitu faktor internal, faktor eksternal dan faktor teknikal. Faktor internal dan eksternal digunakan perusahaan berfungsi sebagai faktor pengambilan keputusan untuk para pemegang saham. Faktor teknikal memiliki peran

untuk perusahaan yang bersifat teknik dan psikologis (Sudiyatno, 2010), teknik yang dimaksud dapat dilihat dari data historis harga saham yang terdiri dari volume perdagangan saham, nilai transaksi perdagangan saham, naik turunnya harga saham yang dianalisis oleh investor (Rakhimsyah dan Gunawan, 2014).

Faktor internal perusahaan sama artinya dengan faktor fundamental perusahaan. Perusahaan dapat menganalisis faktor fundamental melalui laporan keuangan, dari laporan keuangan tersebut perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mengembangkan serta meningkatkan nilai perusahaan untuk masa yang akan datang (Wulandari dan Wiksuana, 2020). Faktor fundamental terbagi menjadi dua bagian yaitu faktor fundamental makro yang memiliki jangkauan luar perusahaan yaitu pertumbuhan ekonomi, kurs, inflasi, dan tingkat suku bunga, faktor fundamental mikro yaitu faktor yang dapat dijangkau oleh perusahaan yaitu rasio keuangan (Rakhimsyah dan Gunawan, 2014).

Faktor utama yang terdapat pada nilai perusahaan adalah adanya peluang penghasilan yang dihasilkan dari kekayaan yang dimiliki perusahaan (Rahmadinar dan Khuzaini, 2019). Nilai perusahaan dapat menggambarkan kinerja perusahaan pada saat ini serta dapat menjadi tolak ukur perusahaan untuk masa depan perusahaan (Putra, 2017). Para pemegang saham menggunakan semua informasi perusahaan untuk bahan analisis serta pertimbangan untuk menginvestasikan sahamnya dengan tujuan memperoleh keuntungan yang tinggi (Sudiani 2016).

Nilai perusahaan memiliki konsep nilai yang berisi penjelasan nilai pada perusahaan (Christiawan dan Tarigan, 2007) diantaranya yaitu :

1. Nilai nominal yaitu nilai yang telah dicantumkan dengan resmi pada anggaran dasar industri.
2. Nilai pasar yaitu nilai yang didapatkan pada saat kegiatan negosiasi di Bursa Efek.
3. Nilai buku yaitu nilai perusahaan yang dirumuskan menggunakan konsep dasar akuntansi.
4. Nilai likuidasi yaitu harga penjualan semua kekayaan milik perusahaan yang sesudah dipotong seluruh hutang yang harus dibayarkan perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa rumus menurut Weston dan Copeland (2008) terdiri dari :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio ini memiliki gambaran tingkat penghargaan pasar mengenai kinerja yang dimiliki perusahaan pada saat menghasilkan keuntungan.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Laba per saham}}$$

b. Rasio Tobin's Q

Rasio ini menggambarkan perkiraan pasar mengenai dividen yang terdapat pada per lembar dolar investasi incremental.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham beredar)

D = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total aktiva

c. *Price to Book Value* (PBV)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Tingginya nilai buku akan membuat investor semakin memperbanyak jumlah pembelian sahamnya karena kepercayaannya terhadap kinerja perusahaan. Nilai buku dimanfaatkan untuk mengukur seberapa besar tingkat saham yang dinilai terlalu rendah serta tingkat saham yang dinilai terlalu tinggi dihitung dengan perbandingan antara nilai buku dengan harga pasar.

Tingginya rasio nilai buku menggambarkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham sehingga perusahaan akan mendapatkan nilai yang baik dari para investor. Tingginya rasio nilai buku juga dapat menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam mengelola kekayaannya dan dapat mensejahterkan investor (Brigham dan Houston, 2011).

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas yaitu tolak ukur untuk hasil yang diperoleh dari pengendalian kekayaan perusahaan yang diukur dengan kinerja yang dimiliki perusahaan yang berhubungan dengan total aset, pemasaran produk, ekuitas (Pasaribu dan Tobing, 2017). Pendeskripsian mengenai tingkatan efisiensi yang ada dalam kendali perusahaan terletak dalam profitabilitas perusahaan. Bertambah naiknya profitabilitas memiliki arti yang bagus untuk kesejahteraan investor yang sama naiknya (Wahyudi *et al.*, 2016 :158).

Profitabilitas yaitu kinerja perusahaan saat menghasilkan profit sesuai jangka waktu yang telah ditentukan. Keuntungan perusahaan didapatkan dari pemasaran produk barang atau layanan serta modal yang ditanamkan pada perusahaan. Tingginya keuntungan perusahaan akan memiliki dampak terhadap tingginya harga saham serta dapat menjadi pertimbangan bagi pemegang saham untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Tingginya profit yang dihasilkan perusahaan juga menjadi cerminan pengendalian aktiva yang baik oleh perusahaan serta perolehan laba sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan (Rudangga, 2016).

Profitabilitas dapat dihitung menggunakan beberapa rumus berikut :

- a. *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio ini sering disebut juga dengan margin laba bersih adalah laba bersih perusahaan yang sebelumnya sudah dihitung terlebih dulu biaya penjualan dan pajak penghasilannya (Martono dan Harjito).

$$\text{NPM} : \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

b. *Return On Assets* (ROA)

Rasio ini dimanfaatkan perusahaan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi kinerja perusahaan pada saat menghasilkan keuntungan melalui kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan (Nurfadillah dan Anitra, 2020).

$$\text{ROA} : \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100 \%$$

c. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini sering disebut juga rentabilitas modal sendiri, rasio ini dimanfaatkan perusahaan untuk mengukur kinerja perusahaan pada saat mendapatkan keuntungan melalui modal saham milik perusahaan (Martono dan Harjito, 2010).

$$\text{ROE} : \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}}$$

2.2.3 Leverage

Leverage dimanfaatkan perusahaan sebagai alat ukur untuk menilai banyaknya kewajiban yang dimiliki perusahaan (Sutama dan Lisa, 2018). Perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan jika kinerja perusahaan dapat mengelola hutang yang dimiliki dengan baik (Widayanti dan Yadnya, 2020).

Manfaat lain yang didapatkan yaitu terdapat penurunan pajak penghasilan yang disebabkan oleh kewajiban perusahaan yang termasuk dalam beban tetap yang berwujud sebagai beban bunga. Naiknya kewajiban milik perusahaan sama artinya dengan naiknya beban bunga. Perusahaan dengan beban bunga yang tinggi akan memperoleh penurunan pajak yang terdapat pada penurunan bunga pinjaman (Widayanti dan Yadnya, 2020).

Keberadaan *leverage* dianggap serius oleh para pemegang saham karena *leverage* menjadi pandangan pemegang saham untuk nilai perusahaan. Para pemegang saham memiliki pencegahan terhadap risiko keuangan yang merupakan risiko yang dihasilkan perusahaan atas besarnya kewajiban yang dimiliki perusahaan yang akan diserahkan kepada pemegang saham. Hal yang mempengaruhi hasil laba yang akan didapatkan pemegang saham yaitu kegiatan pembiayaan perusahaan (Rahmadinar dan Khuzaini, 2019).

Terdapat 2 macam *leverage* diantaranya adalah *operating leverage* atau *leverage* operasi dan *financial leverage* atau *leverage* keuangan. Perusahaan yang menggunakan

operating leverage yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memanfaatkan biaya tetap yang tinggi untuk usahanya. Operating leverage dimanfaatkan pada waktu perusahaan mempergunakan biaya tetap dari biaya variabel untuk mendapatkan hasil mutu pada jumlah output yang telah ditentukan (Oktaviarni *et al.*, 2019).

Financial leverage atau *leverage* keuangan adalah pemanfaatan biaya untuk pembayaran return tetap atas penggunaan biaya hutang yang memiliki beban tetap atau saham preferen dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang tinggi (Oktaviarni *et al.*, 2019).

Leverage dapat dihitung menggunakan beberapa rumus menurut Martono dan Harjito (2010) :

a. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Rasio ini dimanfaatkan perusahaan untuk mengukur seberapa besar aset yang digunakan perusahaan dengan pembiayaan hutang.

$$\text{Debt Ratio} : \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

b. *Debt to Equity Ratio* (Rasio total hutang terhadap modal sendiri atau ekuitas)

Rasio ini dimanfaatkan perusahaan untuk menghitung perbandingan antara jumlah hutang dengan modal yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Debt to Equity ratio} : \frac{\text{Total hutang}}{\text{Modal sendiri}}$$

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu gambaran jumlah kekayaan yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang tinggi diartikan bahwa perusahaan dalam tingkat kemajuan yang cukup pesat, sehingga ukuran perusahaan dapat berpengaruh dan menaikkan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dapat diketahui dengan tingginya jumlah kekayaan perusahaan daripada total ekuitas milik perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016 : 1345).

Ukuran perusahaan dibagi menjadi dua macam yaitu ukuran yang memiliki ukuran besar dan kecil. Besarnya ukuran perusahaan otomatis akan bertambah besar menarik perhatian pemegang saham untuk mempertimbangkan sahamnya agar ditanam pada perusahaan yang akan berpengaruh dengan naiknya nilai perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Perusahaan dalam kategori besar dianggap mampu menyelesaikan masalah dan rintangan dengan rencana yang telah dipersiapkan dan perusahaan dengan ukuran yang besar akan dipermudah pada saat mengajukan pinjaman kepada kreditor daripada perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Jumlah total aset perusahaan yang tinggi akan memiliki hubungan yang baik dengan pihak eksternal, sehingga perusahaan dapat mendapatkan pendanaan dari seluruh aset milik perusahaan yang dapat dijadikan jaminan pendanaan. Ukuran

perusahaan dapat diukur menggunakan Logaritma natural total aset perusahaan dengan rumus menurut Suwardika dan Mustanda (2017) :

$$Size = \text{Log (Total aset)} \times 100\%$$

2.2.5 Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen yaitu keputusan manajemen dalam kegiatan pembagian keuntungan yang didapatkan akan dibagikan kepada pemegang saham atau akan diinvestasikan pada perusahaan kembali (Pasaribu dan Tobing, 2017). Jika perusahaan memilih untuk membagikan dividen kepada pemegang sahamnya, maka berkenaan dengan hal tersebut perusahaan menyusutkan laba ditahan serta kekayaan yang ada dalam perusahaan (Sakdiah, 2019).

Pada sisi lain saat perusahaan membagikan dividen kepada pemegang saham, perusahaan akan mendapatkan pandangan yang baik dari para pemegang saham, hal tersebut menunjukkan bahwa pemegang saham memiliki keinginan yang tinggi untuk menginvestasikan sahamnya pada perusahaan yang memberikan labanya yang berarti perusahaan memberikan tingkat keuntungan yang konstan bagi pemegang saham (Kurnia, 2019).

Besarnya dividen yang akan diberikan kepada pemegang saham akan menarik perhatian banyak pemegang saham untuk menginvestasikan sahamnya pada perusahaan, sehingga harga saham akan otomatis meningkat. Meningkatnya harga saham maka akan meningkatkan nilai pada perusahaan (Nurfadillah dan Anitra, 2020).

Perusahaan memiliki pilihan lain untuk tetap menyimpan keuntungannya, berkenaan dengan hal tersebut perusahaan akan menambah besar kinerja pembiayaan yang ada dalam perusahaan (Sakdiah, 2019).

Dividen memiliki dua bentuk pembayaran menurut Smith dan Skousen (2001:159) yaitu *cash dividend* atau dividen tunai dan *stock dividend* atau dividen saham. Dividen tunai adalah dividen yang dibagikan dalam bentuk kas atau tunai, sedangkan dividen saham adalah dividen yang dibagikan berupa jumlah lembar saham untuk tambahan jumlah lembar saham biasa kepada investor.

Kebijakan dividen dapat diukur menggunakan rumus DPR (*Dividend Payout Ratio*) (Sakdiah, 2019). Menurut Suffah dan Riduwan (2016) kebijakan dividen diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$DPR = \frac{\text{Dividen per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dijadikan salah satu acuan pada saat penelitian, agar dapat semakin memperkuat teori yang digunakan pada saat menganalisis penelitian yang dilakukan. Dalam sub-sub ini akan dijelaskan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

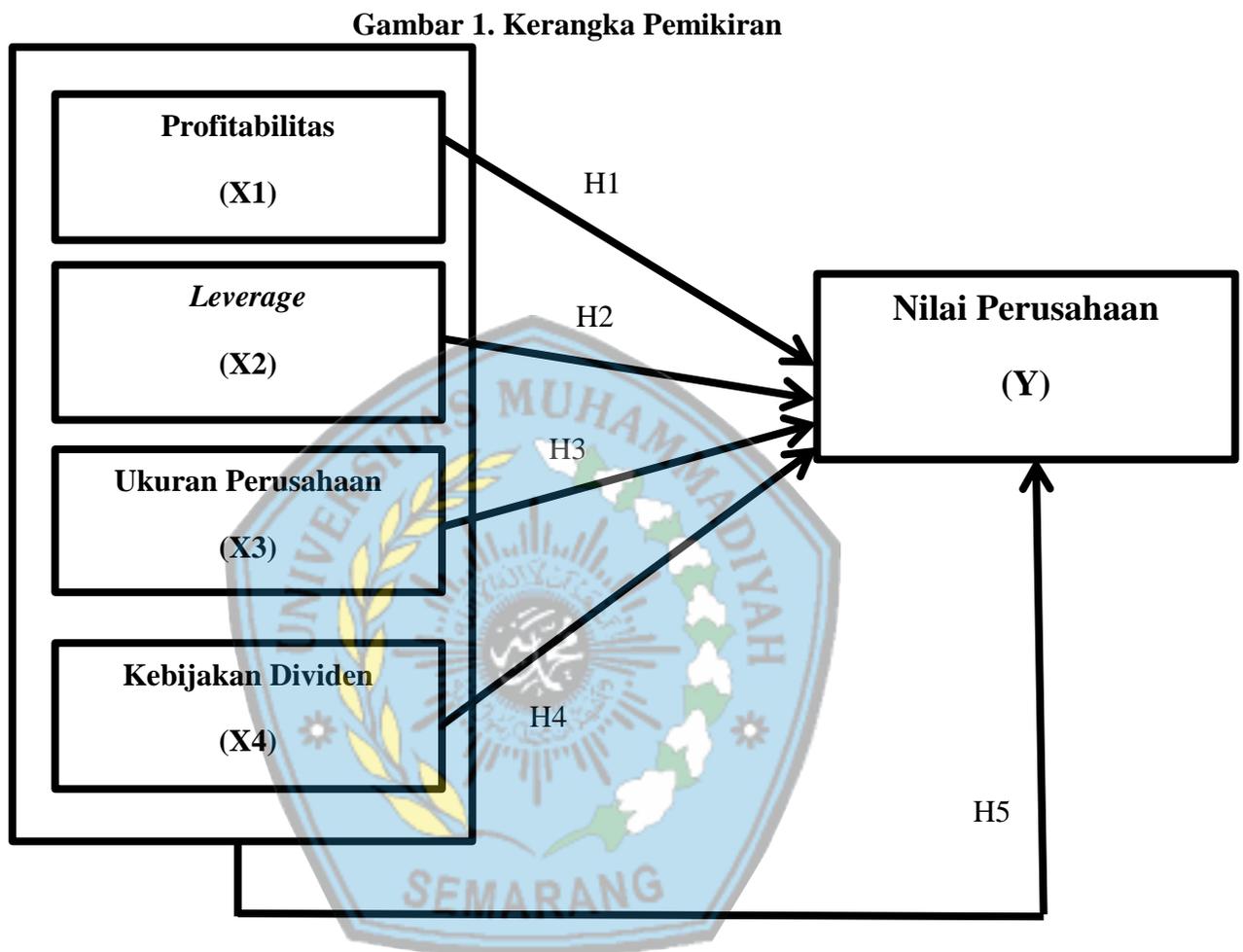
No.	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Hardianti dkk (2020)	X1 : Profitabilitas X2 : <i>Leverage</i> X3:Kebijakan Dividen X4 : <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara bersama atau simultan bahwa variabel Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Kebijakan Dividen, dan CSR secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2. Variabel Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 3. Variabel <i>Leverage</i> (DAR) dan variabel CSR (CSRDI tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Rahmadinar Dan Khuzaini (2019)	X1 : Profitabilitas X2 : <i>Leverage</i> X3:Ukuran Perusahaan Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
3.	Kurnia (2019)	X1 : Profitabilitas X2:Kebijakan Dividen X3 : Harga Saham Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas dan harga saham berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). 2. Kebijakan (DPR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). 3. Profitabilitas (ROI), Kebijakan Dividen (DPR), dan Harga Saham (<i>Closing Price</i>) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

4.	Nandita dan Kusumawati (2018)	X1 : Profitabilitas X2 : <i>Leverage</i> X3 : <i>Size</i> X4:Kebijakan Dividen Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Size</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Wulandari dan Wiksuana (2017)	X1 : Profitabilitas X2 : <i>Leverage</i> X3:Ukuran Perusahaan X4 : <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasio <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Peranan <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan.
6.	Suffah dan Riduwan (2016)	X1 : Profitabilitas X2 : <i>Leverage</i> X3:Ukuran Perusahaan X4:Kebijakan Dividen Y : Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1 Variabel profitabilitas, <i>leverage</i>, kebijakan dividen berpengaruh positif pada nilai perusahaan 2 Variabel ukuran perusahaan aset tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, kebijakan dividen. Variabel dependen dari penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



2.5 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan dan kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang ada maka hipotesis yang dapat diambil diantaranya yaitu :

2.5.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dijadikan tolak ukur para pemegang saham untuk mempertimbangkan penanaman modalnya pada perusahaan yang berlandaskan teori bahwa naiknya profitabilitas pada perusahaan secara otomatis akan menaikkan nilai perusahaan, hal tersebut mendapatkan daya tarik lebih para pemegang saham untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang dianggap mampu mengelola sahamnya secara efektif. Naiknya harga saham terjadi karena banyaknya saham yang diburu oleh para pemegang saham karena nilai perusahaan yang tinggi (Widayanti dan Yadnya, 2020). Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dapat digambarkan dari keuntungan perusahaan yang tinggi sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat (Rahmadinar dan Khuzaini, 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016), Sakdiah (2019), Hardianti *et al.*, (2020), Hertina *et al.*, (2019), Widayanti dan Yadnya, (2019) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memberikan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil yang sama juga didapatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmadinar dan Khuzaini (2019), Oktaviarni *et al.*, (2019), Dewantari *et al.*, (2019), Nandita dan Kusumawati (2018) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat

dijadikan bukti bahwa tingginya profitabilitas perusahaan mampu menaikkan harga saham perusahaan yang disebabkan oleh tingginya nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.5.2 Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan memiliki strategi untuk penambahan anggaran biaya perusahaan untuk mengembangkan perusahaannya dengan tujuan utama untuk menaikkan nilai perusahaan. Penambahan anggaran biaya perusahaan didapatkan melalui *leverage* (Salsabila dan Trisnawati, 2019). Kemampuan perusahaan saat mengelola hutangnya merupakan hal yang sangat signifikan, tingginya pinjaman yang digunakan untuk membiayai perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena terdapat penurunan pada pajak penghasilan perusahaan.

Peneliti terdahulu yang dilakukan Widayanti dan Yadnya (2020), Suffah dan Riduwan (2016), Wulandari dan Wiksuana (2017) mengenai pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan memberikan hasil bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal yang sama juga didapatkan oleh peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Sakdiah (2019), Salsabila dan Trisnawati (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan bukti bahwa tingkat hutang yang tinggi dimanfaatkan untuk pengendalian *free cash flow* yang tinggi oleh perusahaan. Tindakan tersebut digunakan perusahaan agar terhindar dari investasi yang sia-sia. Hutang dimanfaatkan perusahaan untuk mengembangkan asetnya sehingga berdampak dengan naiknya nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dikaitkan dengan tingginya harga saham, penurunan hutang juga akan berdampak dengan turunnya nilai perusahaan. Terdapat hal yang harus diperhatikan ketika perusahaan meningkatkan hutangnya yaitu dengan menyeimbangkan serta mengelola hutang dan membayarnya tepat waktu agar terhindar dari resiko yang tinggi (Yanti dan Abudanti, 2019) Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut :

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.3 Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Besarnya ukuran perusahaan berhubungan dengan pengambilan keputusan pembiayaan yang akan digunakan untuk pengembangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang tinggi akan diberi kemudahan dalam pencairan pinjaman kepada kreditor untuk pembiayaan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Perbedaan besar kecilnya ukuran perusahaan dibedakan dengan jumlah modal milik perusahaan, penjualan, kekayaan serta harga saham perusahaan (Fista dan Widyawati, 2017).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktaviarni *et al.*, (2019), Wulandari dan Wiksuana (2017), Rahmadinar dan Khuzaini (2019), Nurfadillah dan Anitra (2020) mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal yang sama juga didapatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewantari *et al.*, (2019), Salsabila dan Trisnawati (2019), Fista dan Widyawati (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural total aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan bukti bahwa aset yang dimiliki perusahaan dengan pengelolaan yang baik dapat memberi keuntungan perusahaan dan investor juga dapat mengukur kinerja perusahaan melalui ukuran perusahaan sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut :

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.5.4 Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai perusahaan

Pembagian dividen dijadikan tolak ukur jika perusahaan tersebut sanggup mengelola perusahaan dengan efisien, sehingga hal tersebut dapat meyakinkan investor untuk menginvestasikan sahamnya pada perusahaan. Tingginya pembagian dividen akan semakin menarik perhatian pemegang saham untuk berinvestasi karena menganggap laba bersih yang diinvestasikan akan secepatnya dapat menghasilkan

return (Suffah dan Riduwan, 2016). Kebijakan dividen digunakan sebagai penentu berapa banyak keuntungan yang akan dibayarkan serta dividen yang akan ditahan untuk kembali diinvestasikan pada persusahaan (Fista dan Widyawati, 2017).

Peneliti terdahulu yang dilakukan Fista dan Widyawati (2017), Oktaviarni *et al.*, (2019) mengenai pengaruh kebijakan dividen terhadap terhadap nilai perusahaan memberikan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal yang sama juga didapatkan oleh peneliti terdahulu yang dilakukan Nandita dan Kusumawati (2018), Pasaribu dan Tobing (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan bukti bahwa kebijakan dividen yaitu informasi sesungguhnya bagi pemegang saham. Para investor sangat membutuhkan informasi kebijakan dividen untuk mempertimbangkan akan menginvestasikan sahamnya pada perusahaan atau tidak karena dalam informasi tersebut terdapat keputusan bahwa dividen akan dibagikan atau akan dijadikan laba ditahan oleh perusahaan, hal tersebut sangat mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang akan berpengaruh terhadap naiknya nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut :

H4 : Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.5 Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan, Kebijakan dividen terhadap Nilai perusahaan

Tingginya keuntungan perusahaan akan memiliki dampak terhadap tingginya harga saham serta dapat menjadi pertimbangan bagi pemegang saham untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang akan menaikkan nilai perusahaan (Rudangga, 2016). Perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan jika kinerja perusahaan dapat mengelola dan membayar hutangnya dengan baik (Widayanti dan Yadnya, 2020).

Ukuran perusahaan yang tinggi memiliki arti bahwa perusahaan sedang dalam tingkat kemajuan yang cukup pesat, sehingga ukuran perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Tingginya dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham berdampak pada antusias pemegang saham untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan karena tujuan utama pemegang saham yaitu mendapatkan return yang tinggi, sehingga hal tersebut berdampak pada naiknya nilai perusahaan (Nurfadillah dan Anitra, 2020).

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran perusahaan, Kebijakan dividen merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan uraian diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran perusahaan, Kebijakan dividen berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan.