

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

Ulfa & Asyik (2018) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai penjelasan dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu rangkaian kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Dapat didefinisikan nilai perusahaan sebagai harga yang dapat dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, jika perusahaan terbuka atau *go public*, nilai perusahaan dimaknai sebagai persepsi investor terhadap perusahaan tersebut Suwardika (2017). Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk menilai kinerja perusahaan dimasa yang akan datang dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham dan nilai perusahaan dapat memaksimalkan harga saham biasa yang tercermin dari laba per saham Brigham dan Houston (2010:7-8).

Suardana *et al* (2020) mengemukakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dari perusahaan yang dimana faktor-faktor tersebut sering digunakan oleh pemegang saham dalam menilai kemampuan perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh keputusan investasi, investasi merupakan suatu proses menempatkan

pendanaan selama periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan dan peningkatan nilai investasi di masa yang akan datang Jogiyanto (2007:78). Contoh keputusan investasi adalah menentukan apakah aktiva tetap yang sekarang dimiliki sebaiknya diganti dengan aktiva tetap baru Mardiyanto (2009:3).

Sudana (2011:23) mengemukakan rasio penilaian dapat memberikan pengetahuan nilai kepada masyarakat seberapa besar perusahaan dapat dinilai, yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian saham perusahaan karena nilai saham yang lebih besar dari bukunya. Menurut Santoso (2018:260) PBV (*Price to Book Value*) juga menyatakan seberapa jauh kemampuan perusahaan untuk menciptakan kemampuan perusahaan yang relative dengan banyaknya modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi PBV (*Price to Book Value*) maka kesejahteraan para pemegang saham juga akan semakin besar, dimana pasar akan memberikan sinyal positif bagi pasar karena perusahaan memiliki harapan yang bagus pada masa mendatang dan para pemegang saham sangat menyukai kondisi ini, dimana harga saham juga semakin meningkat Dewi & Asyik (2021). Rumus yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan adalah :

$$PBV (Price to Book Value) = \frac{Harga Saham}{Harga Nilai Buku} \dots\dots\dots (1)$$

Sumber : Santoso (2018:260).

2.1.1 *Sales Growth*

Rosari & Subarrdjo (2021) mengemukakan bahwa *Sales Growth* adalah keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai perkiraan pertumbuhan dimasa yang akan datang. Rasio pertumbuhan adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kedudukannya dalam industri dan perkembangan ekonomi secara umum Sinaga *et al* (2019). *Sales Growth* dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan bersih dari tahun ke tahun, dengan mengetahui pertumbuhan penjualan perusahaan dapat memperkirakan seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan Mardiyanti *et al* (2015).

Manggale (2021) mengemukakan bahwa *Sales Growth* diukur berdasarkan nilai total penjualan bersih pada awal tahun yang telah ditentukan lalu dikurangkan dengan nilai total penjualan bersih pada tahun sebelumnya kemudian dibagi kembali dengan nilai total penjualan bersih pada tahun sebelumnya, maka akan diperoleh presentase pertumbuhan dari tahun ke tahun. Apabila *Sales Growth* perusahaan positif dan terus meningkat maka mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi, hal tersebut menjadi harapan pemilik perusahaan Rosari & Subardjo (2021). Rumus yang digunakan untuk mengukur *Sales Growth* adalah :

$$\mathbf{Sales\ Growth = \frac{Penjualan\ tahun\ ini}{Penjualan\ tahun\ lalu} \dots\dots\dots (2)}$$

Sumber : Manggale (2021).

2.1.2 Struktur Modal

Chiyndiz & Rusmita (2021) Struktur modal menjelaskan bahwa kebijakan pembelanjaan jangka panjang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, biaya modal perusahaan dan harga saham perusahaan. Manajer harus mampu menghimpun dana yang bersumber dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan secara efisien, dalam arti keputusan pendanaan tersebut merupakan keputusan pendanaan yang mampu meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung oleh perusahaan tersebut Dewi & Sudiartha (2017). Struktur modal yang optimal adalah modal yang dapat meminimalkan biaya penggunaan modal keseluruhan atau biaya modal rata-rata sehingga akan memaksimalkan nilai perusahaan Brigham dan Houston (2001 : 402).

Kusumajaya (2011:40) mengungkapkan bahwa struktur modal merupakan perimbangan antara pemakaian modal pinjaman yang terdiri dari utang jangka pendek yang bersifat permanen dan utang jangka panjang dengan modal sendiri yang terdiri dari saham preferen dan saham biasa. Struktur modal yaitu proporsi pendanaan jangka panjang perusahaan yang terdiri dari hutang, saham preferen dan ekuitas saham biasa. Home dan Wachowicz (2007 : 211). Kayobi dan Anggraeni (2015) mengemukakan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak tergantung pada besarnya struktur modal karena kualitas modal yang lebih besar dibandingkan hutang ternyata tidak dapat dioptimalkan manajemen sehingga belum terbukti menciptakan nilai bagi perusahaan. Peningkatan risiko kebangkrutan yang akan dialami oleh perusahaan ketika perusahaan tidak berhati-hati dalam mengendalikan utangnya, hal tersebut dapat memberikan

sinyal yang kurang baik bagi perusahaan dan akan berkurang tanggapan dari para investor sehingga peningkatan nilai perusahaan yang diharapkan tidak tercipta bahkan dapat menimbulkan nilai perusahaan mengalami penurunan Sucipto *et a* (2018). Rumus yang digunakan untuk mengukur Struktur Modal adalah :

$$DER (Debt to Equity Ratio) = \frac{Total Liabilitas}{Total Ekuitas} \dots\dots\dots (3)$$

Sumber : Kusumajaya (2011:40)

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Sartono (2010 : 249) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan dimana perusahaan yang besar akan lebih mendapatkan pinjaman dari luar baik dalam bentuk hutang maupun modal saham karena biasanya perusahaan besar disertai dengan reputasi yang cukup baik di kalangan masyarakat. Ukuran perusahaan juga turut memastikan nilai perusahaan karena ukuran perusahaan mendefinisikan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total asset yang dimiliki, jumlah penjualan yang dihasilkan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva perusahaan Meidiawati (2016). Ukuran perusahaan mempunyai indikasi pengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana perusahaan yang berukuran besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan yang sangat pesat, selain itu ukuran perusahaan besar juga menggambarkan kondisi yang stabil terutama dalam hal perekonomian dan mempunyai return pengembalian saham yang tinggi bagi para investor Rosari & Subardjo (2021).

Suryana & Rahayu (2018) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik, maka perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Menurut Rahmaida *et al* (2018) Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan karena dapat menentukan baik tidaknya kinerja suatu perusahaan dalam mengelola kekayaannya untuk menghasilkan laba. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total penjualan, total aset dan kapitalisasi pasar, total aset menggambarkan ukuran perusahaan yang paling relative lebih stabil dibandingkan dengan ukuran lainnya dalam mengukur ukuran perusahaan Prawiti *et al* (2016). Rumus yang digunakan untuk mengukur Ukuran Perusahaan adalah :

$$\mathbf{Ukuran\ Perusahaan} = \frac{\mathbf{Logaritme\ Natural}}{\mathbf{Total\ Aset}} \dots\dots\dots (4)$$

Sumber : Prawiti *et al* (2016).

2.1.5 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal yaitu menyampaikan suatu informasi kepada pengguna informasi yang menggambarkan kondisi perusahaan Endiana & Suryandari (2021). Teori sinyal memiliki tujuan agar asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pemegang saham dapat di minimalkan karena manajemen perusahaan biasanya memiliki lebih banyak informasi terkait perusahaan Sulistyowati dan Kananto (2018). Secara umum, teori sinyal yang akurat dapat membuktikan bahwa pihak-pihak di dalam lingkungan perusahaan (*corporate insiders*, yang terdiri atas *officers* dan *directors*) umumnya memiliki informasi yang lebih bagus tentang kondisi perusahaan dan prospek masa depan dibandingkan dengan pihak luar, misalnya investor, kreditor atau pemerintah bahkan pemegang saham Gumanti (2021).

Hubungan teori sinyal (*Signalling Theory*) dengan variabel dalam penelitian ini adalah, *Sales Growth* yang semakin tinggi rasio ini menunjukkan sinyal positif karena semakin tinggi penjualan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan nilai pasarnya sehingga akan meningkatnya nilai perusahaan Nirmala *et al* (2016). Struktur Modal menunjukkan sinyal positif karena bahwa sepanjang perusahaan mampu menyeimbangkan manfaat dan biaya yang ditimbulkan akibat hutang tidak menjadi masalah, dengan demikian DER (*Debt Equity Ratio*) yang tinggi tetapi diikuti dengan pengelolaan yang baik dapat meningkat profit Manopo dan Arie (2016). Ukuran Perusahaan menunjukkan sinyal positif karena Ukuran Perusahaan dapat menentukan Nilai Perusahaan melalui profit yang dihasilkan Nuryani (2021).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, dengan menganalisis *Sales Growth*, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan dapat digunakan untuk memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman dengan cara membandingkan laporan keuangan perusahaan dari tahun ke tahun dapat mengurangi asimetri informasi Kodriyah *et al* (2021). Analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui informasi yang disampaikan oleh perusahaan dalam bentuk laporan keuangan serta perkembangan usaha di masa yang mendatang dapat menjadi sinyal positif bagi perusahaan, artinya informasi tersebut dapat menaikkan harga saham sebagai gambaran dari naiknya Nilai Perusahaan Sucipto & Sudiyatno (2018).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian sehingga dapat mendukung teori yang digunakan dalam meninjau penelitian yang dilakukan. Dalam sub-sub ini akan dijelaskan mengenai pengaruh *Sales Growth*, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya :

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel		Metode	Hasil Penelitian
			X	Y		
1	Nirandale, Manggale, Dini Widya Wati. 2021	Pengaruh <i>Return On Equity</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.	X1: <i>Return On Equity</i> X2 : <i>Leverage</i> X3 : Ukuran Perusahaan X4 : Pertumbuhan Penjualan	Y : Nilai Perusahaan	Populasi: 10 Perusahaan Sampel: 5 Perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Sektor <i>Consumer Goods</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018. Metode analisis: regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	<i>Return On Equity</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan ($p = 0,734 > 0,05$; $B = -0,40$). Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan ($p = 0,001 < 0,05$; $B = 0,319$). Pertumbuhan Penjualan: berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan ($p = 0,733 > 0,05$; $B = -0,117$).
2	Lusiana Veronika Sinaga, Antonia Masriani Nababan, Nauli	Pengaruh <i>Sales Growth</i> , <i>Firm Size</i> , <i>Debt Policy</i> , <i>Return On Asset</i> Terhadap Nilai	X1 : <i>Sales Growth</i> X2 : <i>Firm Size</i> X3 : <i>Debt Policy</i> X4: <i>Return On Asset</i>	Y : Nilai Perusahaan	Populasi: 52 perusahaan Sampel: 26 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i>	<i>Sales Growth</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,040 > 0,05$; $B = -0,246$). <i>Firm Size</i> berpengaruh positif terhadap

	Sinaga, Thomas Firdaus Hutahean, Siti Tiffany Guci. 2019	Perusahaan Pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.			yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. Metode analisis: analisis regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	nilai perusahaan ($p = 0,020 < 0,05$; $B = 0,395$). Debt Policy berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Return On Asset berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3	Faradila Wily Rakasiwi, Ari Pranadiya, Rita Andini. 2017	Pengaruh EPS (<i>Earning Per Share</i>), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan	X1 : EPS (<i>Earning Per Share</i>) X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Profitabilitas X4 : <i>Leverage</i> X5 : <i>Sales Growth</i> X6 : Kebijakan Deviden	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 30 Perusahaan Sampel: 17 Perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015. Metode Analisis: analisis regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	EPS (<i>Earning Per Share</i>) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,112 > 0,05$; $B = -1,128$). Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,708 > 0,05$; $B = -0,97$). Sales Growth berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,329 < 0,05$; $B = -0,24$).

						Kebijakan Deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4	Heven Manopo, Fitty Valdi Arie. 2016	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	X1: Struktur Modal X2: Ukuran Perusahaan X3: Profitabilitas	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 10 perusahaan Sampel: 5 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014. Metode Analisis: analisis regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,041 < 0,05$; $B = 0,620$). Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,173 > 0,05$; $B = 0,112$). Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Desi Permata Sari, Welli Alhadi Putri, Mondra Neldi, Yeki Candra. 2021	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	X1: <i>Intellectual Capital</i> X2: Struktur Modal X3: Ukuran Perusahaan	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 54 Perusahaan Sampel: 35 Perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Manufaktur Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018.	Intellectual Capital berpengaruh Negatif terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,10 < 0,05$; $B = 0,106$). Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

					Metode Analisis: regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	($p = 0,03 > 0,05$; $B = -0,039$).
6	I Nyoman Agus Suwardika, I Ketut Mustanda. 2017	Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti.	X1: Leverage X2: Ukuran Perusahaan X3 : Pertumbuhan Perusahaan X4 : Profitabilitas	Y: Nilai Perusahaan.	Populasi: 49 perusahaan Sampel: 41 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Sektor Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. Metode Analisis: analisis regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,000 < 0,05$; $B = 0,753$). Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,311 > 0,05$; $B = -0,142$). Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
7	Fifi Ester Nofriyani, Ratna Anda Kristal Halawa, Keumala Hayati.	Pengaruh Struktur Modal, Aktivitas, <i>Current Ratio</i> , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur.	X1: Struktur Modal X2: Aktivitas X3: <i>Current Ratio</i> X4: Profitabilitas	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 165 perusahaan Sampel: 49 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,621 > 0,05$; $B = -0,066$). Aktivitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Current Ratio berpengaruh

	2021				Tahun 2013-20. Metode Analisis: analisis regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	negatif terhadap nilai perusahaan.
8	Hasrul Siregar, Petrus Gani. 2021	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.	X1: Kepemilikan Manajerial X2: Struktur Modal X3: Ukuran Perusahaan	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 33 perusahaan Konteks Penelitian: 10 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. Metode Analisis: regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,107 > 0,05$; $B = -0,368$). Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,000 < 0,05$; $B = 0,370$).
9	Muhibah, Andi Rifqah Purnama Alam. 2021	Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	X1: Struktur Modal X2: Profitabilitas	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 93 perusahaan Sampel: 15 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek	Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,119 > 0,05$; $B = -0,021$). Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

					Indonesia Tahun 2014-2018. Metode Analisis: regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	
10	Nabila, Eni Wuryani 2021	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Ukuran Perusahaan, Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	X1: <i>Good Corporate Governance</i> X2: Ukuran Perusahaan X3: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Y: Nilai Perusahaan	Populasi: 22 perusahaan Sampel: 15 perusahaan Konteks Penelitian: Perusahaan sektor Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. Metode Analisis: regresi linier berganda Alat Analisis: SPSS 25	Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ($p = 0,006 > 0,05$; $B = 0,437$). Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan dan selanjutnya dihubungkan dengan teori-teori yang ada maka hipotesis yang dapat diambil pada penelitian adalah sebagai berikut :

2.3.1 Pengaruh *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Sales Growth adalah salah satu indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, karena perusahaan berkembang dengan baik akan memberikan dampak positif bagi para investor Atiningsih dan Wahyuni (2020). *Sales Growth* juga dapat diartikan sebagai alat ukur yang memiliki keterkaitan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan dalam suatu periode yang memperlihatkan performa perusahaan pada titik optimal sehingga akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan Herdiani *et al* (2021).

Brigham dan Houston (2019:33) mengemukakan bahwa Teori Sinyal perusahaan yang sedang mengalami pertumbuhan penjualan akan berusaha untuk memberikan informasi kepada para investor. Investor yang mengetahui bahwa perusahaan terus mengalami pertumbuhan penjualan, maka akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Menurut Apriliyanti *et al* (2019) semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Kenaikan pertumbuhan penjualan yang terus menerus, menjadi daya tarik bagi para investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini meningkatkan harga saham perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan Gustiandika (2014).

Penelitian yang dihasilkan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan Oleh Nirmala *et al* (2016), Prawiti & Wiksuana (2020) yang menyatakan variabel *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, karena mencerminkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang dimanfaatkan untuk penambahan jumlah aktiva yang kemudian meningkatkan Nilai Perusahaan. Berdasarkan teori sinyal dan penelitian terdahulu maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : *Sales Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur Modal mendefinisikan dari kewajiban lancar terhadap modal sendiri Sa'adah (2018). Optimalnya struktur modal jika minimalnya biaya modal yang ditentukan, namun pengembalian yang diperoleh maksimal sehingga nilai perusahaan akan tercapai secara maksimal Dewi *et al* (2018). Struktur Modal yang baik akan memberikan pengaruh baik juga kepada perusahaan dan secara tidak langsung, posisi keuangan perusahaan akan meningkat dan nilai perusahaan pun akan tinggi Dewi & Sudiarta (2017).

Berdasarkan teori sinyal yang dikemukakan oleh Kodriyah *et al* (2021) bahwa pengambilan keputusan untuk menambah komposisi utang untuk memperluas dan mengembangkan usaha dapat menjadi informasi yang baik bagi para investor karena ekspektasi jangka panjangnya yaitu perusahaan mampu mengelola pinjaman tersebut sehingga dapat memberikan *feedback* yang sesuai ekspektasi dari para investor sehingga diharapkan nilai perusahaan juga akan naik. Dalam menentukan target

struktur modal yang optimal dituntut peran dari manajemen perusahaan, pendanaan dari penggunaan utang memiliki kelemahan serta kelebihan penggunaan utang sebagai sumber pendanaan terletak pada munculnya biaya keagenan dan biaya kapailitan Yuniastri *et al* (2019).

Penelitian yang dihasilkan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan Oleh Sari *et al* (2021) dan Manopo dan Arie (2016) menyatakan bahwa Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa sepanjang perusahaan mampu menyeimbangkan manfaat dan biaya yang ditimbulkan akibat hutang tidak menjadi masalah, dengan demikian DER yang tinggi tetapi diikuti dengan pengelolaan yang baik dapat meningkat profit. Berdasarkan teori sinyal dan penelitian terdahulu maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₂ : Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Siregar & Gani (2021) mengemukakan bahwa Ukuran Perusahaan mencerminkan semakin tinggi aset yang dimiliki oleh perusahaan maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset tersebut untuk operasional perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh pada perusahaan tersebut Noviliyana (2016). Jika keuntungan perusahaan stabil maka investor akan melihat perusahaan tersebut sangat memiliki peluang untuk dijadikan tempat bagi investor untuk berinvestasi sehingga saat investor

akan membeli saham maka saham perusahaan akan naik, sehingga menyebabkan nilai perusahaan meningkat Yuniastri *et al* (2021)

Berdasarkan Teori Sinyal Ukuran Perusahaan mempunyai indikasi pengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana perusahaan yang berukuran besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan yang sangat pesat, selain itu ukuran perusahaan yang besar mempunyai kondisi yang stabil terutama dalam perekonomian dan mempunyai return pengembalian saham yang tinggi bagi investor Rosari & Subardjo (2021). Profitabilitas yang tinggi pada perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk membagikan devidennya, tentu saja hal ini dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan Astika *et al* (2019).

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Nuryani (2021), Siregar & Gani (2021), dan Indriyani (2017) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini karena Ukuran Perusahaan dapat menentukan Nilai Perusahaan melalui profit yang dihasilkan. Berdasarkan teori sinyal dan penelitian terdahulu maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.3.4 Pengaruh *Sales Growth*, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

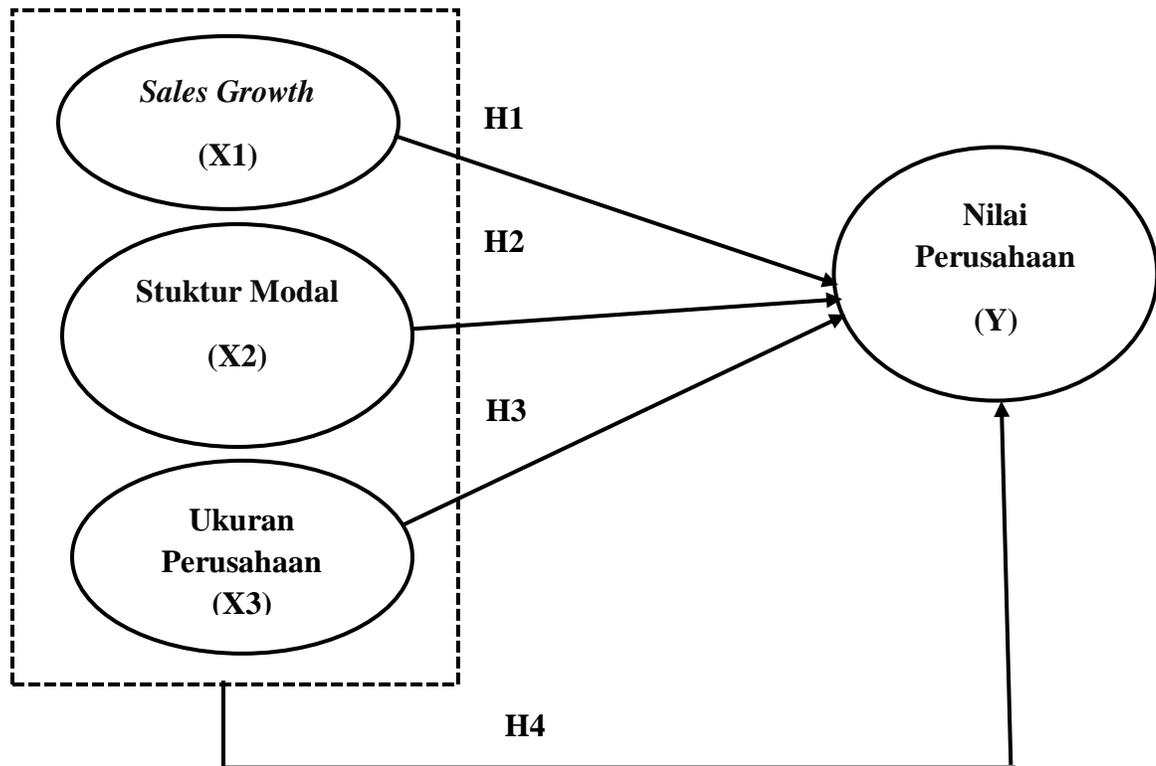
Sales Growth digunakan untuk melihat indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri yang dimana pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapat meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat Rakasiwi *et al* (2017). Struktur Modal digunakan untuk mengukur perimbangan anantara penggunaan modal sendiri dengan modal asing, dimana modal sendiri berupa laba ditahan dan kepemilikan saham, sedangkan modal asing berupa hutang. Rumador *et al* (2015). Ukuran Perusahaan digunakan oleh suatu perusahaan mengenai aktiva atau aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, semakin besar jumlah aktiva perusahaan maka perusahaan bisa berinvestasi dengan baik dapat memenuhi produk perusahaan tersebut dengan baik pula Herawati (2017).

H₄ : *Sales Growth*, Struktur Modal, dan ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Sales Growth*, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan. Sedangkan variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar pada halaman selanjutnya :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : dikembangkan dalam penelitian.

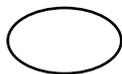
Keterangan gambar :



: Pengaruh secara parsial



: Pengaruh secara simultan



: Variabel independen dan dependen



: Variabel simultan

