

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Agency Theory

Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer.

Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory* (teori keagenan). Teori ini merupakan salah satu teori yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi yang merupakan modifikasi dari perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara pemegang saham/pemilik dan manajemen/manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan.

2.1.2 Signaling Theory

Jika manajer memiliki keyakinan bahwa prospek perusahaan baik, dan karenanya ingin agar harga saham meningkat, manajer tersebut tentunya ingin mengkomunikasikan hal tersebut kepada para investor. Manajer bisa menggunakan utang yang lebih banyak, yang nantinya berperan sebagai sinyal yang lebih terpercaya. Ini karena perusahaan yang meningkatkan utang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Investor diharapkan akan menangkap sinyal tersebut, sinyal yang mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang prospektif di masa depan. Jadi, kita dapat menyimpulkan dari penjelasan diatas bahwasanya hutang merupakan tanda atau signal positif dari perusahaan.

2.1.3 Profitabilitas

Menurut (Susan Irawati, 2006:58), Rasio keuntungan atau *profitability ratios* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Menurut (Kasmir, 2008:197), tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
 3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
 4. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
 5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinaman maupun modal sendiri.
 6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.
- Sementara itu manfaat yang diperoleh adalah :
1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
 2. Mengetahui posisi laba tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
 3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
 4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
 5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal sendiri maupun modal pinjaman.

2.1.3.1 Net Profit Margin (NPM)

Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan (Warsosno, 2003:37). Besarnya perhitungan margin laba bersih menunjukkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu.

Rasio ini menunjukkan keuntungan bersih per rupiah penjualan. net profit margin 3 % berarti bahwa setiap Rp 1 penjualan menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 0,03. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

2.1.3.2 Gross Profit Margin (GPM)

Menurut (Syamsuddin, 2009:61) mengemukakan bahwa *GPM* merupakan persentase laba kotor jika dibandingkan dengan pencapaian sales. Keadaan operasi perusahaan akan terindikasi bagus jika besarnya *GPM* semakin baik, hal ini membuktikan bahwa jumlah harga pokok penjualan cenderung lebih rendah jika dibandingkan dengan harga sales, begitu pula sebaliknya dimana semakin rendah *GPM* maka berpengaruh pada semakin kurang baik operasi perusahaannya. *GPM* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

2.1.3.3 Return On Equity (ROE)

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Pengertian yang sama disampaikan oleh (Husnan, 2001) bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas diukur menggunakan ROE (*return on equity*) yang merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemilik perusahaan.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Menurut (Poerwadarminta, 1983:13) ukuran perusahaan diartikan sebagai berikut: “(1) alat-alat untuk mengukur (seperti menjengkal dan sebagainya), (2) sesuatu yang dipakai untuk menentukan (menilai dan sebagainya), (3) pendapatan mengukur panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu”. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan (*organization size*) dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar atau kecilnya perusahaan.

2.1.4.1 Total Penjualan

Keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuannya dalam memperoleh laba. Dengan laba yang diperoleh, perusahaan akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar volume penjualan semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam penjualan yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Joel G. Siegel dan Joe K. Shim yang diterjemahkan oleh Moh. Kurdi, “Penjualan adalah Penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui”.

2.1.4.2 Total Hutang

Menurut (Mamduh. M. Hanafi, 2004:29) “Hutang didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang mungkin timbul dimasa mendatang dari kewajiban

organisasi sekarang untuk mentransfer asset atau memberikan jasa kepihak lain di masa mendatang, sebagai akibat transaksi atau kejadian di masa lalu”.

Menurut (S. Munawir, 2004:18) “Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor”.

2.1.4.3 Total Asset

Menurut (Margaretha, 2003:108) Total aktiva adalah total atau jumlah keseluruhan dari kekayaan perusahaan yang terdiri dari aktiva tetap, aktiva lancar dan aktiva lain-lain, yang nilainya seimbang dengan total kewajiban dan ekuitas. Total aktiva dalam penelitian ini diketahui dengan menjumlahkan aktiva lancar dan aktiva tidak lancar perusahaan. Aktiva lancar seperti yang telah diuraikan sebelumnya adalah uang kas dan aktiva lain yang diharapkan dapat dicairkan menjadi uang tunai dalam periode berikutnya (paling lama satu tahun). Rekening yang termasuk dalam aktiva lancar antara lain kas, investasi jangka pendek, piutang wesel, piutang usaha, persediaan, dan biaya di bayar dimuka. Total Asset dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{SIZE} = \text{Log of total asset}$$

2.1.5 Struktur Modal

Menurut (Martono dan D. Agus Harjito, 2010:240) “Struktur modal adalah perbandingan atau imbangan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri”. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan. Jika dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (*defisit*) maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yaitu hutang (*debt financing*). Namun dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari alternatif-alternatif pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien akan terjadi bila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal.

2.1.5.1 Modal Sendiri

Menurut (Riyanto, 2001:240) “adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan juga tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak terbatas.” Dengan kata lain, modal sendiri merupakan modal yang dihasilkan atau dibentuk di dalam perusahaan atau keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

2.1.5.2 Hutang Jangka Panjang

Menurut (Riyanto, 2001:238) “Hutang jangka panjang adalah hutang yang jangka waktunya lebih dari sepuluh tahun.” Sedangkan menurut (Skousen dan

Stice, 2004:658), “hutang jangka panjang adalah obligasi yang tidak diharapkan untuk dibayar tunai dalam jangka satu tahun.” Hutang jangka panjang pada umumnya digunakan untuk membiayai perluasan perusahaan karena kebutuhan modal untuk keperluan tersebut diperlukan jumlah yang besar. Hutang Jangka Panjang dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{LDER} = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Ekuitas}}$$

2.1.5.3 Investasi

Investasi adalah suatu tindakan menanamkan sumber daya atau modal pada saat ini, dengan harapan bisa mendapatkan manfaat yang lebih di masa yang akan datang. Atau definisi investasi yaitu suatu tindakan menanamkan dana saat ini atau sekarang, dengan harapan dapat menghasilkan dana yang lebih besar dari dana yang ditanamkan saat awal melakukan investasi.

Jika dilihat dari ruang lingkup dalam melakukan usaha, investasi umumnya terbagi menjadi dua macam diantaranya:

a. Investasi aktiva nyata

Merupakan tindakan investasi dalam bentuk yang dapat dilihat secara fisik. Misalnya seperti membangun rumah, pabrik atau bisa juga dengan membeli emas, berlian dan lain-lain.

b. Investasi pada aktiva finansial

Merupakan tindakan investasi dengan bentuk surat-surat berharga. Misalnya seperti deposito, obligasi, saham dan lain-lain.

2.1.6 Kebijakan Hutang

Kebijakan utang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal. Penentuan kebijakan utang ini berkaitan dengan struktur modal karena utang merupakan bagian dari penentuan struktur modal yang optimal. Perusahaan dinilai berisiko apabila memiliki porsi utang yang besar dalam struktur modal, namun sebaliknya apabila perusahaan menggunakan utang yang kecil atau tidak sama sekali maka perusahaan dinilai tidak dapat memanfaatkan tambahan modal eksternal yang dapat meningkatkan operasional perusahaan (Mamduh, 2004:40).

2.1.6.1 Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio hutang modal menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar dan merupakan rasio yang mengukur hingga sejauh mana perusahaan dibiayai dari hutang. Rasio ini disebut juga rasio *leverage*. Rasio *leverage* merupakan rasio untuk mengukur seberapa bagus struktur permodalan perusahaan. Struktur permodalan merupakan pendanaan

permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham preferen dan modal pemegang saham (Wahyono, 2002:12).

Struktur modal adalah pembelanjaan permanen dimana mencerminkan pengimbangan antar hutang jangka panjang dan modal sendiri. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari perusahaan itu sendiri (cadangan, laba) atau berasal dari mengambil bagian, peserta, atau pemilik (modal saham, modal peserta dan lain-lain) (Riyanto, 2008:22).

Jadi dapat disimpulkan bahwa *debt to equity ratio* merupakan perbandingan antara total hutang (hutang lancar dan hutang jangka panjang) dan modal yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan menggunakan modal yang ada.

Rasio hutang modal dihitung dengan formula:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Equity}}$$

Menurut (Syafri, 2008:303) semakin kecil rasio hutang modal maka semakin baik dan untuk keamanan pihak luar rasio terbaik jika jumlah modal lebih besar dari jumlah hutang atau minimal sama.

2.1.6.2 Debt to Total Asset Ratio (DAR)

Rasio ini merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Sehingga rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aktiva. Menurut (Sawir, 2008:13) *debt ratio* merupakan rasio yang memperlihatkan proporsi antara kewajiban yang dimiliki dan seluruh kekayaan yang dimiliki.

Apabila *debt ratio* semakin tinggi, sementara proporsi total aktiva tidak berubah maka hutang yang dimiliki perusahaan semakin besar. Total hutang semakin besar berarti rasio *financial* atau rasio kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman semakin tinggi. Dan sebaliknya apabila *debt ratio* semakin kecil maka hutang yang dimiliki perusahaan juga akan semakin kecil dan ini berarti risiko *financial* perusahaan mengembalikan pinjaman juga semakin kecil.

2.1.6.3 Times Interest Earned (TIE)

Time interest earned merupakan perbandingan antara laba bersih sebelum bunga dan pajak dengan beban bunga dan merupakan rasio yang mencerminkan besarnya jaminan keuangan untuk membayar bunga utang jangka panjang.

(Sawir, 2008:14) mengatakan bahwa: Rasio ini juga disebut dengan rasio penutupan (*coverage ratio*), yang mengukur kemampuan pemenuhan kewajiban bunga tahunan dengan laba operasi (EBIT) dan mengukur sejauh mana laba operasi

boleh turun tanpa menyebabkan kegagalan dari pemenuhan kewajiban membayar bunga pinjaman.

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Brealey et al, 2007:46).

2.1.7.1 Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) juga merupakan ukuran untuk menentukan bagaimana pasar memberi nilai atau harga pada saham perusahaan. Keinginan investor melakukan analisis saham melalui rasio-rasio keuangan seperti *Price Earning Ratio* (PER), dikarenakan adanya keinginan investor atau calon investor akan hasil (*return*) yang layak dari suatu investasi saham.

Rasio harga/laba (*Price Earning Ratio*) merupakan suatu rasio yang lazim dipakai untuk mengukur harga pasar (*market price*) setiap lembar saham biasa dengan laba per lembar saham. Ukuran ini melibatkan suatu jumlah yang tidak secara langsung dikendalikan oleh perusahaan harga pasar saham biasa. Rasio harga/laba mencerminkan penilaian pemodal terhadap pendapatan dimasa mendatang. (Simamora, 2000:531).

Price Earning Ratio (PER) digunakan oleh para investor untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Investor dapat mempertimbangkan rasio ini untuk memilah-milah saham mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa mendatang. PER menunjukkan hubungan antara harga pasar saham biasa dengan *earning per share*. Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan yang tinggi biasanya mempunyai PER yang tinggi, demikian pula sebaliknya perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah memiliki PER yang kecil atau rendah. PER tidak mempunyai makna apabila perusahaan mempunyai laba yang sangat rendah (abnormal) atau bahkan negatif. Dalam keadaan ini PER perusahaan akan begitu tinggi (abnormal) atau bahkan negatif. PER merupakan bagian dari rasio pasar dimana sudut pandang rasio ini lebih banyak dari sudut pandang investor dan juga merupakan ukuran untuk menentukan bagaimana pasar memberi nilai atau harga pada saham suatu perusahaan. Keinginan investor untuk melakukan analisis suatu saham melalui rasio-rasio keuangan seperti PER disebabkan adanya keinginan investor atau calon investor akan saham perusahaan tersebut.

2.1.7.2 Price to Book Value (PBV)

Book value atau nilai buku adalah nilai dari ekuitas dibagi jumlah saham yang ada. Bisa dikatakan *book value* adalah nilai ekuitas per saham. Ekuitas itu sendiri didapatkan dari selisih jumlah aset dikurangi liabilitas. Secara teori ini adalah nilai yang akan didapatkan oleh pemilik saham bila perusahaan dilikuidasikan. Jadi nilai *book value* sangat berarti untuk melihat imbal hasil dari investasi.

Pada dasarnya ketika kita membeli suatu saham yang nilai PBVnya kurang dari 1,0 kita untung ketika membelinya karena kita membeli saham yang nilai ekuitasnya lebih besar dari pada yang kita bayarkan yang berarti kita mendapatkan diskon dari nilai realnya. Tapi realita tidak semulus teori yang ada. Meskipun, rasio PBV bisa dijadikan indikator dalam menilai apakah saham tersebut mahal atau tidak. Namun seperti banyak indikator lainnya seperti *Price to Earning Ratio* (PER).

Tidak semua saham yang memiliki PBV yang dibawah 1,0 adalah saham yang *undervalue*. Bisa saja saham tersebut memang memiliki PBV yang rendah karena perusahaan itu merugi sehingga pada tahun-tahun kemudian nilai *book valuenya* akan menurun. Bila terdapat kejadian yang seperti ini maka wajar jika perusahaan tersebut memiliki PBV yang rendah dan tidak mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut *undervalue*.

Sebaliknya saham yang memiliki PBV yang tinggi juga bisa tidak mengindikasikan bahwa sahamnya *over value* karena bisa saja perusahaan tersebut memiliki prospek dan kinerja yang bagus serta *brand* yang terkenal. Sehingga dari itu semua membuat harga sahamnya memiliki valuasi yang premium dibandingkan dengan saham yang memiliki PBV yang lebih rendah namun dengan prospek yang lebih rendah juga.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) karena berkaitan dengan pertumbuhan modal sendiri yang membandingkan nilai pasar dengan nilai bukunya. PBV adalah suatu rasio yang sering digunakan untuk menentukan nilai perusahaan dan mengambil keputusan investasi dengan cara membandingkan harga pasar saham akhir tahun dengan nilai buku perusahaan. Dalam penelitian ini PBV rasio dihitung dengan:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

2.1.8 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang

tinggi pula, sehingga dari sinilah akan terlihat kinerja perusahaan yang baik. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang membeli saham perusahaan, maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaannya.

Beberapa penelitian terdahulu yang sependapat dengan pernyataan tersebut adalah Penelitian yang dilakukan oleh (Nurmayasari, 2012), variabel profitabilitas yang diukur dengan Return On Equity (ROE). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian (Dewi, et al., 2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sama seperti yang diungkapkan (Hermuningsih, 2013). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sujoko dan Soebiantoro, 2007), (Rahmawati et al., 2015), dan (Maryam, 2014) menemukan bukti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. hasil penelitian dari (Clementin, 2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh (Nofrita, 2013), (Risqia, dkk., 2013), (Wahab dan Mulya, 2012), bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mardiyati, dkk, 2012) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mahatma & Wirajaya, 2013) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Octavia (2013) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Moniaga, 2013) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

2.1.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikasi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan jika perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga investor akan membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut.

Hal ini memberikan konfirmasi searah dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati, dkk, 2007) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (Prasetia, Tommy & Saerang, 2014) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Analisa, 2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan. Peneliti seperti Nuraina (2012), Maryam (2014), Prasetyorini (2013), serta (Wahab dan Mulya, 2012), membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (Sujoko dan Soebiantoro, 2007) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Siallagan dan Mas'ud, 2006) ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan. (Rumondor, Mangantar & Sumarauw, 2015) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mahatma & Wirajaya, 2013) ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan

2.1.10 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menggunakan hutang dalam operasinya akan mendapat penghematan pajak, karena pajak dihitung dari laba operasi setelah dikurangi bunga hutang, sehingga laba bersih yang menjadi hak pemegang saham akan menjadi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan hutang. Dengan demikian nilai perusahaan juga menjadi lebih besar. Hal ini berarti bahwa semakin besar struktur modalnya maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Namun, perusahaan tidak mungkin menggunakan hutang 100% dalam struktur modalnya karena resiko keuangan perusahaan juga akan semakin besar.

Resiko ini timbul karena perusahaan tidak mampu membayar bunga dan angsuran pokok ketika dalam keadaan ekonomi yang buruk. Sehingga perusahaan harus mampu untuk menentukan besarnya hutang, karena penggunaan hutang pada batas tertentu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Eka, 2010) secara parsial struktur modal memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. (Moniaga, 2013) struktur modal berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. (Prasetia, Tommy & Saerang, 2014) stuktur modal mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (Rumondor, Mangantar & Sumarauw, 2015) Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (Kusumajaya, 2011) menjelaskan bahwa struktur modal memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Mahatma & Wirajaya, 2013) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan penelitian oleh (Safrida, 2008) secara parsial bahwa struktur modal berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (Rahmawati et al., 2015) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Artini, 2011) menemukan bahwa tidak adanya signifikansi antara struktur modal terhadap nilai perusahaan.

2.1.11 Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan utang merupakan salah satu bagian penting dari kebijakan pendanaan perusahaan. Kebijakan utang adalah kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dalam rangka memperoleh sumber pembiayaan bagi perusahaan untuk digunakan membiayai aktivitas operasional perusahaan. Selain itu kebijakan hutang perusahaan juga berfungsi sebagai mekanisme pengawasan

terhadap tindakan manajer yang dilakukan dalam pengelolaan perusahaan. Sumber pendanaan dapat diperoleh dari modal internal dan modal eksternal. Modal internal berasal dari laba ditahan, sedangkan modal eksternal adalah dana yang berasal dari para kreditur dan pemilik, peserta atau pengambil bagian didalam perusahaan. Modal yang berasal dari kreditur adalah merupakan utang perusahaan. Modal ini sering disebut dengan pembelanjaan asing/hutang (Riyanto, 2010:227). Berdasarkan hasil penelitian (Taswan dan Soliha, 2002) menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak signifikan. (Herawati, 2013) kebijakan hutang berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mardiyati, et al., 2012) menyatakan bahwa kebijakan hutang berpengaruh tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Sujoko dan Soebiantoro, 2007) memberikan hasil dimana kebijakan utang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Wahyuningsih, 2014) kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Octavia, 2013) Kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan” Oleh Kadek Apriada Made Sadha Suardikha, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia Tahun 2016.
2. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan“ Oleh Ayu Sri Mahatma Dewi Ary Wirajaya, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Tahun 2013.
3. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014” Oleh Heven Manoppo Fitty Valdi Arie, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado Tahun 2016.
4. Pada Penelitian Yang Berjudul “ Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan” Oleh Dien Gusti Mayogi Fidiana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya Tahun 2016.
5. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh *Size, Growth*, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan” Oleh Karina Meidiawati Titik Mildawati, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya Tahun 2016.

6. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” Oleh Dyah Putri Pratiwi, Lailatul Amanah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Tahun 2017.
7. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur” Oleh Ni Kadek Rai Prastuti, I Gede Merta Sudiartha, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia Tahun 2016.
8. Pada Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan *Real Estate*” Oleh Putu Mikhy Novari Putu Vivi Lestari, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Tahun 2016.
9. Pada Penelitian Yang Berjudul “Analisis Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Retail Trade Yang Terdaftar Di Bursa Eek Indonesia” Oleh Priscilia Gizela Frederik, Sientje C. Nangoy, Victoria N. Untu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado Tahun 2015.
10. Pada Penelitian Yang Berjudul “Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang Dan Nilai Perusahaan” Oleh Sri Sofyaningsih, Pancawati Hardiningsih, Program Studi Akuntansi Universitas Stikubank Tahun 2011.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Kadek Apriada, Made Sadha Suardikha Tahun 2016	Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan	Teknik Pengambilan Sampel Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Purposive Sampling	Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial serta Struktur Modal Berpengaruh Positif Pada Nilai Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh negatif pada nilai perusahaan	Variabel (X) Struktur Modal. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Struktur Kepemilikan Saham. Penelitian ini pada tahun 2011-2012
2	Ayu Sri Mahatma Dewi, Ary Wirajaya	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran	Metode Penentuan Sampel Dengan Metode	Struktur Modal Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Pada Nilai Perusahaan,	Variabel (X) Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran	Pengambilan data pada Indonesian Capital

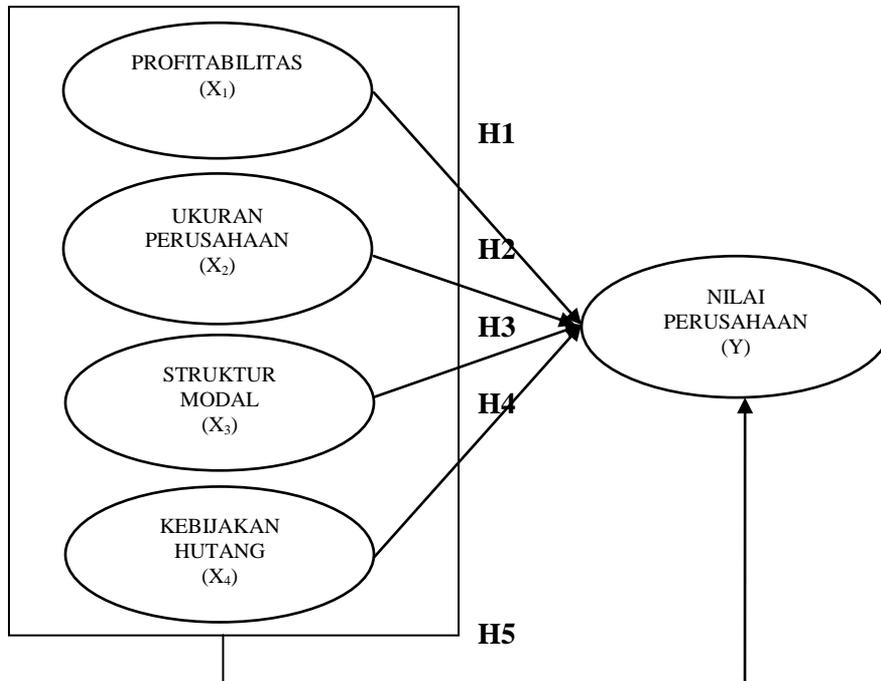
	Tahun 2013	Perusahaan Pada Nilai Perusahaan	Purposive Sampling	Profitabilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Pada Nilai Perusahaan	Perusahaan. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Market Directory. Penelitian ini pada tahun 2009-2011
3	Heven Manoppo, Fitty Valdi Arie Tahun 2016	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014	Metode Penentuan Sampel Menggunakan Metode Purposive Sampling	Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Berpengaruh Secara Bersama Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas . Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Populasi penelitian ini pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI. Penelitian ini hanya tahun 2011-2014
4	Dien Gusti Mayogi, Fidiana Tahun 2016	Pengaruh Profitabilitas , Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan	Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu	Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan, Sedangkan Kebijakan Utang Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Profitabilitas Dan Kebijakan Utang. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Kebijakan Dividen. Penelitian ini hanya tahun 2011-2013
5	Karina Meidiawati, Titik Mildawati Tahun 2016	Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas , Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	Teknik Pengambilan Sampel Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Purposive Sampling	Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas dan Struktur Modal Berpengaruh Terhadap Nilai	Variabel (X) Size, Profitabilitas Dan Struktur Modal. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Growth, Kebijakan Dividen. Penelitian ini pada tahun 2012-2014

				Perusahaan, Kebijakan Dividen Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan		
6	Dyah Putri Pratiwi, Lailatul Amanah Tahun 2017	Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Data laporan keuangan auditan yang diambil secara purposive sampling	Growth opportunity tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Variabel (X) Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Growth Opportunity. Penelitian ini hanya tahun 2012-2014
7	Ni Kadek Rai Prastuti, I Gede Merta Sudiartha Tahun 2016	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur	teknik non probability sampling dengan metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling	struktur modal dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Variabel (X) Struktur Modal, Ukuran Perusahaan. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Kebijakan Dividen. Penelitian ini hanya tahun 2011-2013
8	Putu Mikhy Novari, Putu Vivi Lestari Tahun 2016	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate	Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling	Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan, Leverage Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai	Variabel (X) Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas . Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Leverage Populasi penelitian ini pada Perusahaan Sektor Properti Dan Real Estate. Penelitian ini hanya tahun 2012-2014

				Perusahaan		
9	Priscilia Gizela Frederik, Sientje C. Nangoy, Victoria N. Untu Tahun 2015	Analisis Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Retail Trade Yang Terdaftar Di Bursa Eek Indonesia	Teknik pengambilan sampel yang digunakan purposive sampling	secara simultan profitabilitas, kebijakan hutang dan price earning ratio berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas dan kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sementara price earning ratio tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Variabel (X) Profitabilitas dan Kebijakan Hutang. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Price earning ratio Penelitian ini hanya tahun 2011-2013
10	Sri Sofyaning sih, Pancawati Hardining sih Tahun 2011	Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang Dan Nilai Perusahaan	Metode purposive sampling dengan kriteria perusahaan mengeluarkan laporan keuangan yang sudah diaudit	Ownershipis manajerial, Ukuran perusahaan, Pertumbuhan perusahaan dan Kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional, Kebijakan Dividen, kebijakan Hutang tidak mempengaruhi nilai perusahaan	Variabel (X) Kebijakan Hutang. Variabel (Y) Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel (X) Struktur Kepemilikan dan Kebijakan Dividen. Penelitian ini hanya tahun 2007-2009

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas, maka dapat disajikan kerangka konseptual untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen. Dalam hal ini adalah Profitabilitas (X_1), Ukuran Perusahaan (X_2), Struktur Modal (X_3) dan Kebijakan Hutang (X_4) terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan (Y). Adapun kerangka konseptual yang menghubungkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang diungkapkan secara deklaratif atau yang menjadi jawaban dari sebuah permasalahan. Pernyataan tersebut diformulasikan dalam bentuk variabel agar bisa diuji secara empiris. Hipotesis dari rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 : Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : Diduga Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4 : Diduga Kebijakan Hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H5 : Diduga Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Kebijakan Hutang berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan.