

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Signal ( Signaling Theory )

Seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang bahwa para investor mengandalkan sinyal untuk menilai perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Menurut **Brigham dan Houston ( 2001 )**, sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Karena adanya asimetri informasi antara perusahaan ( manajemen ) dan pihak eksternal dimana perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dibandingkan dengan pihak eksternal ( investor dan kreditor ) menyebabkan pihak eksternal melindungi diri mereka dengan memberikan harga rendah untuk perusahaan. Hal inilah yang mendorong manajemen untuk mengurangi asimetri informasi dengan memberikan informasi mengenai prospek perusahaan mereka kepada pihak eksternal agar nilai perusahaan meningkat. Perusahaan dapat memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang ( **Wolk et al, 2000** ). Menurut **Maria Immaculatta ( 2006 )**, kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Tujuan kualitas informasi tersebut adalah untuk mengurangi asimetri informasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku ( para investor ) terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai *signal* baik ( *good news* ) atau *signal* buruk ( *bad news* ). Jika pengumuman dianggap sebagai *signal* yang baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham ( **Suwardjono, 2010** ).

##### 2.1.2 Teori Keagenan ( Agency Theory )

Menurut **Anthony dan Govindaran ( 2005 )**, teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara principal dan agent. Suatu hubungan agency muncul ketika satu atau lebih individu, yang disebut pelaku ( *principals* ), memperkerjakan satu atau

lebih individu lain, yang disebut agen untuk melakukan layanan tertentu dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen. Hubungan utama agency dalam penelitian ini adalah antara pemegang saham dan manajer. Hubungan ini tidak selalu harmonis karena teori keagenan berkaitan dengan konflik *agency* atau konflik kepentingan antara agen dan pelaku. Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap- tiap individu semata – mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agen. Manajer sebuah perusahaan sebagai agen mungkin memiliki tujuan – tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik pemegang saham. Agen memiliki kemampuan untuk beroperasi sendiri dan mementingkan kepentingan pribadi daripada kepentingan terbaik perusahaan. Hal ini disebabkan oleh informasi yang bersifat asimetris ( misalnya, manajer tahu lebih baik dari pemegang saham apakah mereka mampu memenuhi tujuan pemegang saham ) dan ketidakpastian. Di luar investor menyadari bahwa perusahaan - perusahaan akan membuat keputusan bertentangan dengan kepentingan terbaik mereka. Oleh karena itu, investor memberikan potongan harga dan mereka bersedia membayar perusahaan sekuritas. Potensi konflik keagenan muncul setiap kali manajer perusahaan memiliki kurang dari 100 persen dari saham biasa perusahaan. Jika suatu perusahaan adalah kepemilikan tunggal yang dikelola oleh pemilik, manajer pemilik akan melakukan tindakan untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri. Manajer pemilik mungkin akan mengukur utilitas oleh kekayaan pribadi, tetapi mungkin memikirkan pertimbangan lainnya, seperti hiburan terhadap kekayaan pribadi. Jika pemilik- manajer meninggalkan sebagian kepemilikannya dengan menjual sebagian saham perusahaan kepada investor luar, maka akan muncul potensi konflik kepentingan, yang disebut konflik keagenan. Sebenarnya, manajer dapat didorong untuk melakukan tindakan terbaik demi kepentingan pemegang saham melalui insentif, hambatan, dan hukuman. Bagaimanapun juga metode efektif hanya jika pemegang saham dapat mengamati semua tindakan yang diambil oleh manajer. Biaya *agency* muncul dari konflik keagenan. Biaya *agency* didefinisikan sebagai biaya yang ditanggung oleh pemegang saham untuk mendorong manajer dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham daripada berperilaku mementingkan diri sendiri. Ada tiga jenis utama dari biaya agen yaitu pengeluaran untuk memantau kegiatan manajerial, pengeluaran untuk struktur organisasi, dan biaya kesempatan ketika pemegang saham dikenakan pembatasan seperti persyaratan untuk suara pemegang saham. Terdapat mekanisme yang dapat mendorong manajer untuk bertindak dalam kepentingan pemegang saham yaitu insentif berbasis kinerja rencana, intervensi langsung oleh pemegang saham, atau

ancaman pengambil alihan. Sebagian besar perusahaan public kini memberlakukan kinerja saham, dimana saham yang diberikan kepada eksekutif berdasarkan kinerja.

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut **Husnan ( 2006 )**, bagi perusahaan yang belum *go public*, nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan ( **Euis dan Taswan, 2002** ). Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat, untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum dengan menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris ( **Nurlela dan Islahuddin, 2008 dalam kusumadilaga, 2010** ). Sedangkan menurut **Sujoko dan Subiantoro ( 2007 )** menjelaskan nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Indikator – indikator yang dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan adalah :

a. *Price Book Value ( PBV )*. *Price Book Value ( PBV )* merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham dari suatu perusahaan. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga gambaran tersebut secara tidak langsung rasio ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham ( **Tryfino, 2009** ). Menurut ( **Brigham dan Houston, 2006: 112** ), rumus PBV adalah sebagai berikut:

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

Nilai perusahaan termasuk baik apabila nilai PBV berada di atas satu, yaitu apabila nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV, maka nilai perusahaan akan semakin baik. Sebaliknya apabila nilai PBV dibawah angka satu maka nilai perusahaan termasuk tidak baik. Nilai PBV dibawah satu menggambarkan harga jual perusahaan lebih rendah dibandingkan nilai buku perusahaan. Nilai PBV yang tinggi menjadi harapan bagi pemilik perusahaan karena dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. *Price Book Value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan.

b. *Price Earning Ratio* ( PER ), menurut **Harahap ( 2011 )** adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. Menurut **Brigham dan Houston ( 2006 :110 )**, PER menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan.

$$\text{Rumus: PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham ( MPS )}}{\text{Earning per share ( EPS )}}$$

#### 2.1.4 *Sales Growth* ( Pertumbuhan penjualan )

Menurut **Swastha dan Handoko ( 2001 )** menyatakan bahwa pertumbuhan atas penjualan merupakan *indicator* penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Menurut **Barton et al ( 1989 )** menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Menurut **Hansen dan Juniarti ( 2014 )**, pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan. Menurut **Weston dan Brigham ( 1998 )**, penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan memberikan persepsi positif bagi investor, sehingga akan berpengaruh terhadap peningkatan harga saham ( **Charitaou, Club dan Andreo, 2001** ) Pertumbuhan penjualan dihitung sebagai berikut :

Rumus :

$$\text{Growth of Sales} = \frac{S_t - S_{t-1} \times 100 \%}{S_{t-1}}$$

Keterangan:

$S_t$  = penjualan pada tahun ke t

$S_{t-1}$  = penjualan pada periode sebelumnya

#### 2.1.5 *Investment Opportunity Set* ( IOS )

Istilah IOS pertama kalinya dikemukakan oleh ( **Myers, 1997** ) dengan menguraikan pengertian perusahaan sebagai suatu kombinasi antara aktiva riil ( *asset in place* ) dan pilihan – pilihan investasi pada masa depan. Menurut **Gaver**

**dan Gaver, ( 1993 )**, IOS ditunjukkan sebagai besarnya nilai perusahaan yang tergantung pada pengeluaran – pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, yang pada saat ini merupakan pilihan- pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan imbal hasil yang lebih besar. Menurut **Aharony, ( 2010 )**, mendefinisikan investasi sebagai komitmen saat ini dalam uang, untuk periode waktu dengan tujuan untuk mendapatkan pembayaran di masa depan yang akan mengkompensasikan investor untuk : ( 1 ) waktu ketika dana digunakan, ( 2 ) Menurut **J.A Saputro, ( 2002 )**, proksi IOS berkorelasi positif dengan tingkat inflasi yang diharapkan dan ( 3 ) ketidakpastian atas pembayaran di masa depan. peluang pertumbuhan yang tinggi. Menurut **Elluomi dan Gueyie, ( 2001 )**, investasi di masa depan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut **Myers ( 1997 )** mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan gabungan dari aktiva dengan investasi masa depannya. Menurut **Hartono ( 1999 )**, IOS merupakan variabel yang tidak dapat diobservasi ( variabel laten ) oleh karena itu diperlukan proksi. Nilai *Investment Opportunity Set* ini dihitung dengan kombinasi berbagai jenis proksi yang mengimplikasikan nilai aktiva ditempat berupa nilai buku aktiva maupun ekuitas perusahaan dan nilai kesempatan yang tumbuh pada suatu perusahaan di masa depan berupa nilai pasar perusahaan. Selanjutnya proksi- proksi IOS ini dijadikan sebagai dasar untuk menentukan klasifikasi pertumbuhan perusahaan di masa depan apakah suatu perusahaan masuk dalam klasifikasi yang bertumbuh atau tidak bertumbuh ( **Subekti dan Kusuma, 2001** ). Menurut ( **Kallapur dan Trombley ( 2001 )** ), proksi IOS diklasifikasikan dalam empat tipe yaitu:

a. Proksi berbasis pada harga

Proksi ini mendasarkan pada perbedaan antara asset dan nilai perusahaan, oleh karena itu proksi ini sangat tergantung pada harga saham ( **Hartono, 1999** ). Menurut **Subekti dan Kusuma ( 2001 )**, proksi ini percaya pada gagasan bahwa prospek yang tumbuh dari perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar. Perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar yang relative lebih tinggi dibandingkan dengan aktiva riinya. Rasio – rasio yang telah digunakan dalam beberapa penelitian yang berkaitan dengan proksi pasar adalah *Market to Book Value of Asset* ( MBVA ), *Market to Book Value of Equity* ( MBVE ), dan *Earning to Price Ratios* ( EPR ). Untuk menghitung MBVA digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus MBVA} = \frac{(\text{Total asset} - \text{total ekuitas}) + (\text{Jumlah saham} \times \text{harga penutupan saham})}{\text{Total aset}}$$

b. Proksi berbasis investasi

Proksi ini menunjukkan tingkat aktivitas investasi yang tinggi secara positif berhubungan dengan IOS perusahaan. Menurut **Subekti dan Kusuma, ( 2001 )**, kegiatan investasi ini diharapkan dapat memberikan peluang investasi pada masa berikutnya yang semakin besar pada perusahaan yang bersangkutan. Rasio – rasio yang biasanya digunakan dalam penelitian adalah Rasio *Capital Expenditure to Book Value Asset ( CAPBVA )*, *Rasio Capital Expenditure to Market Value Asset*, dan *Ratio Investment to Earnings*. Untuk menghitung CAPBVA digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus CAPBVA} = \frac{\text{Nilai Buku}_{(t)} - \text{Nilai Buku}_{(t-1)}}{\text{Total Aset}}$$

c. Proksi berbasis varian

Proksi ini mendasarkan ide bahwa pilihan akan lebih bernilai sebagai variabilitas dari return dengan mendasarka pada peningkatan asset ( **Kallapur dan Trombley, 2001 dalam Saputro, 2003** ). Rasio – rasio yang biasanya digunakan dalam penelitian adalah *Variance of Return ( VARRET )*, *Asset betas*. Untuk menghitung VARRET digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{VARRET} = \frac{(\text{Harga penutupan saham} \times \text{lembar saham beredar}) + \text{dividen} + \text{biaya bunga}}{\text{Total asset} - \text{Total Ekuitas} + (\text{lembar saham beredar} \times \text{harga penutupan saham})}$$

d. Proksi gabungan dari IOS individu

Proksi ini dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi measurement error yang ada dalam proksi individual, sehingga menghasikan pengukuran yang baik untuk IOS.

### 2.1.6 Profitabilitas

Menurut **Sutrisno ( 2003:222 )**, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba, semakin besar tingkat laba maka semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut **Harahap ( 2011 )**, profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Menurut **John ( 2005 )**, rasio profitabilitas merupakan perbandingan antara laba perusahaan dengan investasi atau ekuitas yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan. Menurut **Dwi Prastowo ( 2008 )**, informasi kinerja perusahaan

terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang memungkinkan di masa depan sehingga dapat memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kas ( dan setara kas ) untuk merumuskan efektifikasi perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat ( **Husnan,2001:317** ).

#### **Tujuan dan Manfaat Profitabilitas :**

Menurut **Khasmir ( 2008:197 )**, tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak eksternal adalah :

- a. Untuk mengukur dan menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sedangkan manfaat penggunaan profitabilitas diantaranya:

- a. Analisis kemampuan menghasilkan laba ditunjukan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu.
- b. Profitabilitas dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sukses atau tidaknya suatu perusahaan dalam hal kapabilitas dan motivasi dari manajemen perusahaan.
- c. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen perusahaan dan dapat dimanfaatkan oleh pihak internal dalam menyusun target, budget, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi manajemen perusahaan.

Indikator- indikator yang dapat digunakan untuk menghitung profitabilitas diantaranya yaitu:

- a. *Gross Profit Margin* ( **GPM** ), rasio *Gross Profit Margin* berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. *Gross Profit Margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begitu pula sebaliknya. Menurut **Syamsuddin ( 2009:61 )**, *Gross Profit Margin* merupakan presentasi laba kotor dibandingkan dengan *sales*. Rasio ini menunjukkan nilai relative antara nilai laba kotor terhadap nilai penjualan. Laba kotor adalah nilai penjualan

dikurangi harga pokok penjualan, Untuk menghitung GPM digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus: GPM} = \frac{\text{Gross profit}}{\text{Net sales}}$$

b. *Net Profit Margin* ( NPM ), menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Untuk menghitung NPM digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus: NPM} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak ( EAT )}}{\text{Penjualan bersih}}$$

c. *Return On Assets* ( ROA ), menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. ROI menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan ( *Net Operating Income* ) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan operasi tersebut ( *Net Operating Assets* ). Sebutan lain untuk ROI adalah *Net Operating Profit Rate of Return* ( **Munawir, 2004: 89** ). Menurut **Sutrisno ( 2000:266 )**, ROA juga sering disebut sebagai rentabilitas ekonomis yang merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut **Riyanto ( 2001 )**, ROA menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor. Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan menjadikan investor tertarik akan nilai saham ( **Arifin, 2002:65** ). ROA dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Rumus : ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total assets}} \times 100 \%$$

d. *Return On Equity* ( ROE ), menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. *Return On Equity* merupakan rasio yang sangat diminati oleh para investor karena *Return On Equity* ( ROE ) merupakan indikator mengenai laba bagi pemegang saham. Menurut **Sutrisno ( 2000 : 267 )**, ROE merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga ROE juga disebut sebagai rentabilitas modal sendiri. Rasio ini menunjukkan



tingkat efisiensi investasi yang nampak pada efektifitas pengelolaan modal sendiri. ROE dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Rumus : ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}} \times 100 \%$$

### 2.1.7 Likuiditas

Menurut **Sartono ( 2010:114 )**, likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Menurut **Syamsuddin ( 2013 )**, likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Menurut **Bambang Riyanto ( 2010:25 )** menyatakan bahwa likuiditas berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi. Jumlah alat- alat pembayaran ( alat- alat likuid ) yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada suatu saat merupakan kekuatan membayar dari perusahaan yang bersangkutan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi pada saat ditagih untuk mempertahankan likuiditasnya. Perusahaan dengan likuiditas yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari pihak luar perusahaan karena perusahaan dengan likuiditas yang baik dinilai memiliki kekuatan yang baik dari segi kemampuan memenuhi hutang lancar dari harta lancarnya. Menurut **Mahendra et al ( 2012 )** likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### Fungsi Likuiditas

Likuiditas memiliki beberapa fungsi yaitu :

- a. Sebagai media untuk menjalankan aktivitas bisnis sehari- hari
- b. Sebagai antisipator dana- dana yang dibutuhkan secara tiba- tiba ataupun mendesak
- a. Sebagai poin penentuan tingkat fleksibilitas perusahaan dalam mendapatkan persetujuan investasi ataupun usaha yang menguntungkan

Indikator- indikator yang digunakan untuk menghitung likuiditas diantaranya yaitu:

- a. *Current ratio*, merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva lancar dapat difungsikan untuk menutupi kewajiban jangka pendek atau hutang menjadi lancar.

$$\text{Rumus : Current Ratio} = \frac{\text{Current asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

b. *Quick ratio*, merupakan rasio yang menunjukkan uji cepat kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan lagi persediaan yang memerlukan waktu relative lebih lama untuk diuangkan dibanding asset lain. Quick Asset terdiri dari piutang dan surat-surat yang berharga, dicairkan menjadi uang dalam waktu yang pendek.

$$\text{Rumus : Quick Ratio} = \frac{\text{Current asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

c. *Cash Ratio*, merupakan rasio yang dapat mengukur berapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar kewajiban yang dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau setara dengan rekening seperti giro. Jika perbandingan kas semakin besar atau setara dengan kas, maka hutang akan semakin lancar dan membaik.

$$\text{Rumus : Cash ratio} = \frac{\text{Cash or Cash equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

## 2.2 Penelitian terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Suroto pada tahun 2015 dengan judul “**Pengaruh Keputusan Investasi**, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan membuktikan bahwa Keputusan Investasi ( IOS ) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Raja Wulandari dan Catur Fatchu Ukhriyawati pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh **Likuiditas** dan **Profitabilitas** terhadap Nilai Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 membuktikan bahwa secara parsial, Likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, secara simultan Likuiditas dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Ayu dan Ni Putu Ayu pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh **Profitabilitas**, **Likuiditas**, Pertumbuhan, dan **Investment Opportunity Set** terhadap nilai perusahaan” membuktikan bahwa Profitabilitas dan IOS berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas berpengaruh negative tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Sabrin, Buyung Sarita, Deddy Takdir, Sujono. pada tahun 2016 dengan judul “*The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange*” membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Mawar Sharon R, Sri Mrni, Irvan Trang pada tahun 2015 dengan judul “Analisa **Pertumbuhan Penjualan**, Ukuran Perusahaan, **Return On Assets**, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di indeks LQ 45” membuktikan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan ROA ( Profitabilitas ) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Evelina dan Juniarti pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh *Family control, Size, Sales Growth*, Lverage terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan” membuktikan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.
7. Penelitian yang dilakukan oleh William Sucuahi & Jay Mark pada tahun 2016 dengan judul “ “ *Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines*” membuktikan bahwa *the three factors assumed to influence value of the firm using the Tobin’s Q, Only profitability shows significant positive impact on the firm’ value.*
8. Penelitian yang dilakukan Eka Handriani, Tjipto Endang Irianti pada tahun 2015 dengan judul “**Investment Opportunity Set ( IOS )** berbasis Pertumbuhan Perusahaan dan kaitannya dengan peningkatan Nilai Perusahaan” membuktikan bahwa Pembayaran deviden berpengaruh terhadap IOS dan IOS berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
9. Penelitian yang dilakukan Aldea, Moeljadi, Nur Khusniyah pada tahun 2017 dengan judul “*The Effect of Leverage, Profitability, Information Assymetry, Firm Size on Cash Holdnig and Firm Value of Manufacturing Firm Listed at Indonesian Stock Exchange*” membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
10. Penelitian yang dilakukan Andri Mandalika pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan **Pertumbuhan Penjualan** terhadap Nilai Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( studi pada sektor otomotif )” membuktikan bahwa baik secara parsial maupun simultan Pertumbuhan Penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan Nilai Perusahaan.

**Tabel 2.1**  
**Mapping penelitian terdahulu**

| Nama Penulis, tahun penelitian | Judul Penelitian   | Variabel penelitian   | Hasil penelitian  | Persamaan   | Perbedaan  |
|--------------------------------|--|---|---|---|--|
| 1.Suroto, 2015                 | “Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan ( studi empiris pada perusahaan LQ- 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Februari 2010- Januari 2015” | <b>Variabel Dependen</b> = Nilai Perusahaan<br><b>Variabel Independen</b> = Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden | Keputusan Investasi ( IOS ) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan | 1.Variabel dependen Nilai Perusahaan<br>2.Variabel independen menggunakan IOS | 1.Variabel independen Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden<br>2.Tahun penelitian<br>3. Objek penelitian |
| 2.Raja Wulandari dan Catur     | “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilita   | <b>Variabel dependen</b> = Nilai Perusahaan   | 1.Secara parsial, Likuiditas ( CR ) tidak berpengaruh signifikan          | 1.Variabel dependen Nilai Perusahaan  | 1.Tahun penelitian<br>2.Objek penelitian   |

|   |   |   |   |  |  |
|---|---|---|---|--|--|
| Fatchu Ukhriyati, 2016                          | s terhadap Nilai Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2012- 2014                                   | <b>Variabel Independen</b> = Likuiditas dan Profitabilitas  | terhadap Nilai Perusahaan.<br>2. Secara parsial, Profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan<br>3. Secara simultan, Likuiditas dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan   | 2. Variabel independen Likuiditas dan Profitabilitas   |  |
| 3. Ni Kadek Ayu dan Ni Putu Ayu, 2016           | “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan <i>Investment Opportunity Set</i> terhadap nilai perusahaan” | <b>Variabel Dependen</b> = Nilai Perusahaan<br><b>Variabel Independen</b> = Likuiditas, Profitabilitas, dan <i>Investment Opportunity Set</i> | 1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan<br>2. <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan<br>3. Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan | 1. Variabel dependen Nilai Perusahaan<br>2. Variabel independen <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas, Likuiditas | 1. Variabel independen Pertumbuhan<br>2. Objek penelitian<br>3. Tahun penelitian |
| 4. Sabrin, Buyung Sarita, Deddy Takdir, Sujono. | “ <i>The Effect of Profitability on Firm Value in Manufactur</i> ”  | <b>Variabel Dependen</b> = Firm Value<br><b>Variabel Independen</b> = Profitability,  | <i>The result of data analysis proves that the profitability has affect the firm value</i>  | 1. Variabel dependen nilai perusahaan<br>2. Variabel independen profitabilitas   | 1. Tahun penelitian<br>2. Objek penelitian                                       |

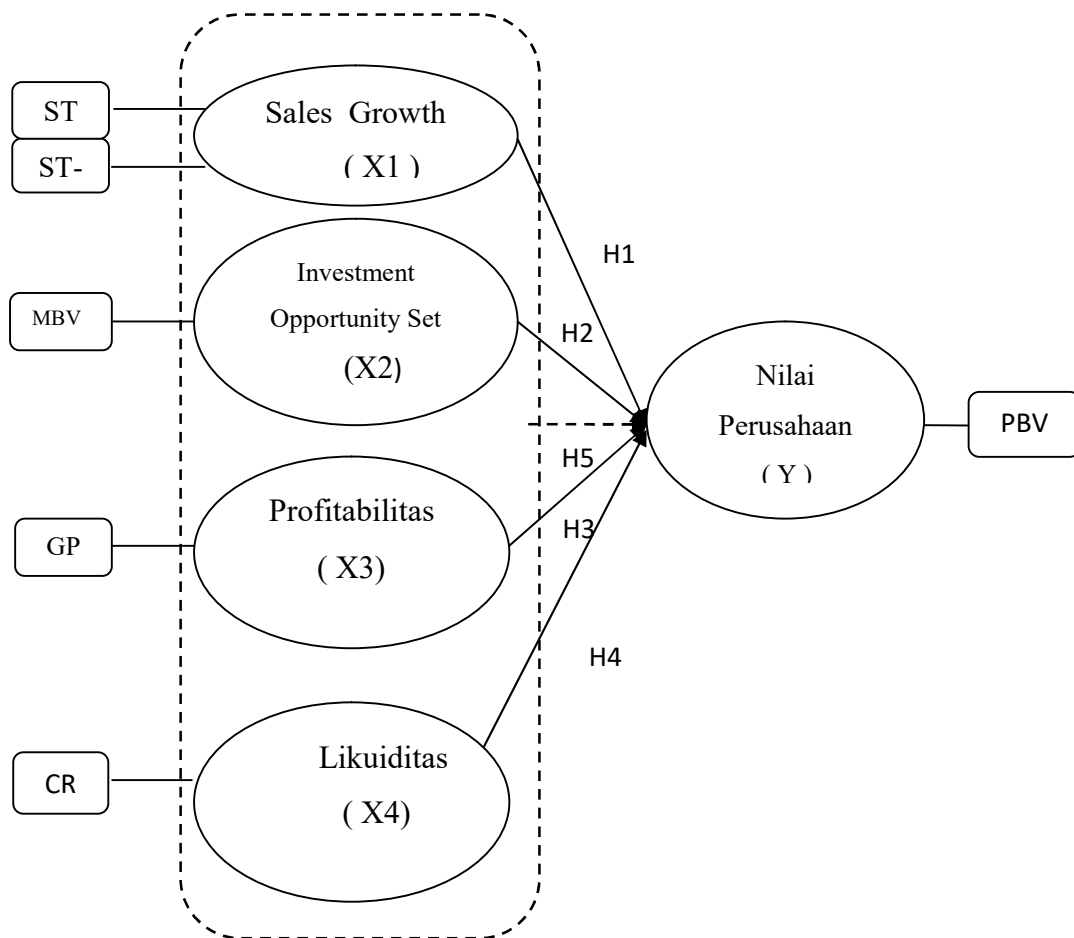
|   |  |  |   |  |   |
|---|--|--|---|--|---|
| 2016  | <i>ing Company at Indonesia Stock Exchange”</i>  |  |   |  |   |
| 5.Mawar Sharon R, Sri Mrni, Irvan Trang, 2015 | “Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, <i>Return On Assets</i> , dan struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di indeks LQ 45 | <b>Variabel Dependen</b> = Nilai perusahaan<br><b>Variabel Independen</b> = Ukuran perusahaan, ROA, Pertumbuhan Penjualan , Struktur Modal     | 1.Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan<br>2. ROA berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan | Menggunakan variabel independen ROA dan Pertumbuhan Penjualan. Variabel dependen Nilai Perusahaan      | 1.Variabel independen Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal<br>2.Tahun penelitian<br>3. Objek penelitian |
| 6.Evelina dan Juniarti, 2014                  | “Pengaruh <i>Family control, Size, Sales Growth, Lverage</i> terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan ”  | <b>Variabel dependen</b> = Nilai Perusahaan, Profitabilitas<br><b>Variabel independen</b> = <i>Family control, Size, Sales Growth, Lverage</i> | <i>Sales Growth</i> tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.  | Sama – sama menggunakan variabel independen <i>Sales Growth</i> dan variabel dependen Nilai Perusahaan | 1.Variabel independen <i>Family Control, Lverage</i><br>2.Tahun penelitian                              |
| 7.William Sucuahi & Jay                       | “ <i>Influence of Profitability to the Firm</i>  | <b>Variabel dependen</b> = <i>firm value</i><br><b>Variabel</b>  | <i>Based on result, the three factors assumed to influence value of</i>   | Sama- sama menggunakan variabel independen   | 1.Tahun penelitian<br>2. indikator Nilai  |

|  |  |   |  |   |   |
|--|--|---|--|---|---|
| Mark,<br>2016                                | <i>Value of Diversified Companies in the Philippines ”</i>   | <b>independen =</b><br><i>Financial Management, Diversification Firm</i>  | <i>the firm using the Tobin’s Q, Only profitability shows significant positive impact on the firm’ value</i>     | Profitabilitas dan variabel dependen Nilai Perusahaan                           | Perusahaan menggunakan Tobin’s Q  |
| 8.Eka Handriani, Tjipto Endang Irianti, 2015 | “ <i>Investment Opportunity Set ( IOS )</i> berbasis Pertumbuhan Perusahaan dan kaitannya dengan peningkatan Nilai Perusahaan ”                            | <b>Variabel dependen=</b><br>Nilai Perusahaan<br><b>Variabel independen =</b><br><i>Deviden pay out ratio ( DPR )</i><br><b>Variabel moderator =</b><br><i>Investment Opportunity Set ( IOS )</i> | 1.Pembayaran Deviden berpengaruh terhadap IOS<br>2. IOS berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan | Sama- sama menggunakan variabel dependen Nilai Perusahaan                       | 1. IOS sebagai variabel moderator<br>2. Tahun penelitian<br>3. Variabel independen menggunakan <i>Deviden Pay Out Ratio</i> |
| 9. Aldea, Moeljadi , Nur Khusniyah, 2017     | “ <i>The Effect of Leverage, Profitability , Information Assymetry, Firm Size on Cash Holdnig and Firm Value of Manufacturing Firm Listed at Indonesun</i> | <b>Variabel dependen=</b><br><i>Cash Holding Firm Value</i><br><b>Variabel independen =</b><br><i>Leverage, Profitability, Information Assymetry, Firm Size</i>                                   | <i>Profitability has positive influence on Cash Holding and Firm Value</i>                                       | Sama- sama menggunakan variabel dependen Nilai Perusahaan ( <i>Firm Value</i> ) | 1. Variabel independen Leverage, Information Assymetry, Firm size<br>2. Variabel dependen Cash Holding                      |

|                          |   |  |   |  |  |
|--------------------------|---|--|---|--|--|
|                          | <i>Stock Exchange</i>   |  |   |  |  |
| 10.Andri Mandalika, 2016 | “Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( studi pada sektor otomotif ) | <b>Variabel dependen=</b><br><i>Nilai Perusahaan</i><br><b>Variabel independen =</b><br>Struktur Modal, Struktur aktiva, Pertumbuhan Penjualan | Baik secara parsial maupun simultan Pertumbuhan Penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan Nilai Perusahaan | Sama- sama menggunakan variabel dependen Nilai Perusahaan dan variabel independen Pertumbuhan Penjualan ( Sales Growth ) | 1. Variabel independen Struktur Aktiva dan Struktur Modal<br>2.Tahun penelitian<br>3.Objek peneltian |



## 2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

ST = Penjualan sekarang

ST-1 = Penjualan sebelumnya

MBVA = Market to Book Value of Asset

GPM = Gross Profit Margin

*CR* = *Current Ratio*

*PBV* = *Price Book Value*

## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

- H1: *Sales Growth* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2012 -2016.
- H2: *Investment Opportunity Set ( IOS )* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2012 -2016.
- H3: Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2012 -2016.
- H4: Likuiditas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2012 -2016.
- H5: *Sales growth, investment opportunity set ( IOS )*, profitabilitas, dan likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2012 -2016.