

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Menurut teori pensinyalan, jika manajer mengharapkan tingkat pertumbuhan masa depan yang tinggi oleh perusahaan, maka akan mencoba memberi sinyal kepada investor melalui akun. Manajer perusahaan lain yang berkinerja baik akan memiliki insentif yang sama, dan manajer perusahaan dengan berita netral akan memiliki insentif untuk melaporkan berita positif kepada mereka bahwa mereka tidak dicurigai memiliki hasil yang buruk. Manajer perusahaan dengan berita buruk akan memiliki insentif untuk tidak melaporkan. Namun, mereka juga akan memiliki insentif untuk melaporkan berita buruk mereka, untuk menjaga kredibilitas di pasar yang efektif di mana saham mereka diperdagangkan. Dengan asumsi insentif ini untuk memberi sinyal informasi ke pasar modal, teori pensinyalan memprediksi bahwa perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada yang diminta. (Godfrey., *et al*, 2010 : 375)

Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan diterima oleh para pengguna laporan keuangan atau masing-masing pihak yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya asimetri informasi tersebut. Informasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi para investor. Kualitas informasi dalam laporan keuangan dapat dinilai dari berbagai sudut pandang, yaitu keakuratan, relevan, kelengkapan informasi dan ketepatan waktu (Connelly *et al*. 2011)

Signalling theory didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan menerbitkan sejumlah besar pengungkapan sukarela untuk menunjukkan posisi superior mereka untuk menciptakan kesan positif di pasar (Healy dan Palepu, 2001). Dengan kata lain, perusahaan harus menyampaikan lebih banyak informasi kepada publik tentang kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial mereka untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai merek mereka (Ruhnke dan Gabriel, 2013; Spence, 2002). Apabila informasi tersebut positif, maka pasar akan bereaksi terhadap pengumuman tersebut sehingga terjadi perubahan dalam pasar terkait volume perdagangan saham (Sartono, 2010).

Signalling theory adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga dipasar seperti harga saham, obligasi dan sebagainya, sehingga akan memberi pengaruh pada keputusan investor. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif adalah sangat mempengaruhi kondisi pasar, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut, seperti memburu saham yang dijual atau melakukan tindakan dalam bentuk tidak bereaksi seperti "*wait and see*" atau tunggu dan lihat dulu perkembangan yang ada baru kemudian mengambil tindakan. Dan untuk dipahami keputusan *wait and see* bukan sesuatu yang tidak baik atau salah namun itu dilihat sebagai reaksi investor untuk menghindari timbulnya risiko yang lebih besar karena faktor pasar yang belum memberi keuntungan atau berpihak kepadanya. (Fahmi, 2014 : 21).

2.2 Nilai Perusahaan

Gitman (2015) menjelaskan nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Brigham dan Houston (2014) menyatakan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Pendapat Husnan dan Pudjiastuti (2015) menyatakan bukti bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Dalam teori keuangan pasar modal harga pasar saham dipasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan (Harmono, 2015: 50).

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu (Sartono, 2010 :487).

Nilai perusahaan adalah nilai pasar utang ditambah dengan nilai pasar ekuiti. Utang merupakan sebuah janji dari perusahaan peminjam untuk membayar kembali sejumlah uang pada tanggal tertentu. Klaim hak pemegang saham terhadap nilai perusahaan merupakan nilai sisa (*residual*) setelah hak pemegang surat utang, maka pemegang saham tidak akan mendapatkan apa – apa.

Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab

dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan dari investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset (Rodoni & Ali, 2014 : 4)

Tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar saham perusahaan yang mencerminkan kekayaan pemilik. Semakin tinggi harga saham menandakan bahwa semakin tinggi kekayaan pemilik. Investor akan memilih berinvestasi pada perusahaan dengan nilai perusahaan yang maksimal karena nilai perusahaan yang maksimal dapat memberikan deviden kepada pemegang saham secara maksimum. Apabila harga saham meningkat *price to book value (pbv)* diartikan sebagai harga pasar suatu saham dibagi dengan *book value*-nya (*bv*). *price to book value (pbv)* menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu nilai perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik pada umumnya mempunyai PBV diatas 1, yang menunjukkan nilai pasar lebih tinggi dari nilai bukunya. Dengan rasio PBV yang tinggi menunjukkan harga saham yang tinggi (Welly dan Untu, 2015).

2.2.1 Rasio Nilai Pasar

Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman baru bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan

dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

(Fahmi,2014 : 83)

a. *Earning Per Share (EPS)*

Earning per share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

Adapun rumus *Earning per share* adalah :

$$EPS = \frac{EAT}{JSB}$$

Keterangan :

EPS : *Earning pershare*

EAT : *Earning after tax*

JSB : Jumlah saham beredar

b. *Price Earning Ratio (PER)*

Price earning ratio adalah perbandingan antara *market per share* dengan *earning per share*.

Adapun rumus *Price Earning Ratio* adalah :

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan :

PER : *Price Earning Ratio*

MPS : *Market Per Share* (Harga per Lembar Saham)

EPS : *Earning Per Share* (Laba per Lembar Saham)

c. *Book Value Per Share (BVS)*

Adapun rumus *book value per share* adalah :

$$\frac{\text{Total Shareholder's equity} - \text{Preferred Stock}}{\text{Common Share Outstanding}}$$

Keterangan :

Total shareholder's equity : Total Modal Sendiri

Preferred Stock : Saham Istimewa

Common Share Outstanding : Saham Biasa yang Beredar

d. *Price Book Value (PBV)*

Adapun rumus *price book value*

$$\frac{\text{Market per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala di mana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan menurut cara, termasuk: total aset, ukuran log, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena ukuran atau skala yang lebih besar dari perusahaan akan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan baik internal maupun eksternal (Siahaan, 2013). Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda (Sawir, 2004 : 101 – 102) :

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham.

Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih signifikan.

2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar – menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan - kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.
3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

2.4 Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen adalah kebijakan yang bersangkutan dengan penentuan pembagian pendapatan (*earning*) antara pengguna pendapatan

untuk dibayarkan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau untuk digunakan dalam perusahaan, yang berarti pendapatan tersebut harus ditanam didalam perusahaan, (Riyanto, 2011 : 265)

Kebijakan perusahaan membagikan dividen kepada para investor adalah kebijakan yang sangat penting. Kebijakan pembagian dividen (*dividend policy*) tidak saja membagikan keuntungan yang diperoleh perusahaan kepada para investor tetapi harus selalu diikuti dengan pertimbangan adanya kesempatan investasi kembali (*reinvestment*). Apabila dividen dibayarkan secara tunai meningkat, maka semakin sedikit dana yang tersedia untuk reinestasi. (Rodoni & Ali, 2014 : 116). Kebijakan dividen dapat dianggap sebagai salah satu komitmen perusahaan untuk membagikan sebagian laba bersih yang diterima kepada para pemegang saham (Husnan, 2005).

Pembayaran dividen merupakan alternatif dalam kondisi ketidakpastian para investor tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dengan demikian perusahaan yang membayar dividen akan meyakinkan ketidakpastian investor lebih awal dari perusahaan yang tidak membayar dividen (Novia, 2013).

Perusahaan yang membayar dividen dari waktu ke waktu secara periodik atau berkala dinilai lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang membayar dividen secara berfluktuasi. Pembayaran dividen yang stabil dapat mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kondisi keuangan yang stabil pula, begitupula sebaliknya perusahaan dengan dividen tidak stabil mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kurang baik (Sudana, 2011 : 171).

Komitmen perusahaan untuk membayar dividen harus meningkatkan nilai pemegang saham. Hal ini menunjukkan jika perusahaan percaya bahwa informasi dalam dividen dapat memberikan sinyal positif kepada investor (Rizqia, 2013)

Munawir dalam Kadir (2008 : 15) menjelaskan indikator yang digunakan untuk mengukur kebijakan dividen adalah rasio pembayaran *dividen (Dividen Payout Ratio/DPR)*. *Dividen Payout Ratio (DPR)* mengukur bagian laba yang diperoleh untuk perlembar saham umum yang akan diayarkan dalam bentuk dividen. *Dividen Payout Ratio (DPR)* merupakan rasio pembayaran dividen dalam bentuk presentase laba yang diayarkan sebagai dividen. (Sartono, 2010)

2.4.1 Stock Dividen

Stock Dividen, merupakan pembayaran dividen berupa saham kepada pemegang saham. Ditinjau dari sudut pandang perusahaan, dividen saham tidak lebih dari rekapitalisasi perusahaan. Artinya pembagian dividen saham tidak mengubah jumlah modal perusahaan, tetapi hanya terjadi perubahan pada struktur modal. (Sudana, 2015 : 197)

Salah satu kebijakan yang bisa diambil oleh perusahaan adalah dengan memberikan dividen tidak dalam bentuk uang tunai, tetapi dividen diberikan dalam bentuk saham. Artinya pemegang saham akan diberi tambahan saham sebagai pengganti *cash dividend*. Pemberian stock dividend tidak akan mengubah besarnya jumlah modal sendiri,

tetapi akan mengubah komposisi dari modal sendiri perusahaan yang bersangkutan. Karena pada dasarnya pemberian *stock dividend* ini akan mengurangi pos laba ditahan dineraca dan akan ditambahkan ke pos modal saham. (Sutrisno, 2013 : 280)

2.4.2 Stock Split

Stock Split, merupakan tindakan perusahaan untuk menambah jumlah saham yang beredar dengan cara memecah satu saham menjadi dua saham atau lebih yang diikuti dengan penurunan nilai nominal secara proporsional. Tindakan pemecahan saham biasanya dilakukan perusahaan apabila harga pasar perusahaan sudah terlalu tinggi. Harga pasar saham perusahaan yang terlalu tinggi yang mampu membeli saham perusahaan. Disamping itu, harga pasar saham yang terlalu tinggi dapat menimbulkan terjadinya perpindahan terhadap pengendalian perusahaan kepada investor yang hanya bermodal kuat. Pemecahan saham tidak mempengaruhi jumlah modal maupun struktur modal, tetapi hanya mengubah jumlah saham yang beredar dan nilai nominal saham (Sudana, 2015 : 198).

Apabila harga pasar saham suatu perusahaan terlalu tinggi, akan mengakibatkan banyak investor kurang berminat terhadap saham perusahaan. Oleh karena itu perusahaan bisa mengambil kebijaksanaan untuk meningkatkan jumlah lembar saham melalui *stock split* yaitu pemecahan nilai nominal saham ke dalam nilai yang lebih kecil.

Dengan *stock split* ini jumlah lembar saham menjadi lebih banyak, dan karena peningkatan jumlah lembar saham diakrenakan memecah saham lama, maka akan mengakibatkan harga saham turun proporsional dengan kenaikan jumlah lembar saham. Oleh karena itu dengan *stock split* harga saham menjadi lebih murah, sehingga harga pasar masih dalam *trading range* tertentu. (Sutrisno, 2013 : 281)

2.4.3 Cash Dividen

Dividen Tunai, dividen yang dinyatakan dan dibayarkan pada jangka waktu tertentu dan dividen tersebut berasal dari dana yang diperoleh secara legal. Dividen ini dapat bervariasi dalam jumlah bergantung kepada keuntungan perusahaan (Fahmi, 2012 : 83)

2.4.4 Dividend Payout Ratio

Rasio ini mengukur berapa besar bagian laba bersih setelah pajak yang dibayarkan sebagai dividen kepada pemegang saham. Semakin besar rasio ini berarti semakin dikit bagian laba yang ditahan untuk membelanjai inivestasi yang dilakukan perusahaan. (Sudana, 2015 : 26)

$$\text{Dividen Payout Ratio (DPR)} = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas ialah kemampuan manajemen untuk memperoleh laba. Laba terdiri dari laba kotor, laba operasi dan laba bersih. Untuk memperoleh laba diatas rata – rata, manajemen harus mampu meningkatkan pendapatan (*revenue*) dan mengurangi semua beban (*expenses*) atas pendapatan. Itu berarti manajemen harus memperluas pangsa pasar dengan tingkat harga yang menguntungkan dan menghapuskan aktivitas yang tidak bernilai tambah (Utari *et al.* 2014 : 63)

Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan untuk mendapatkan keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Purwohandoko, 2017). Profitabilitas adalah pencipta nilai yang sangat penting dalam organisasi. Suatu organisasi dapat mencapai profitabilitas dengan mengambil keuntungan dari skala ekonomi, mengeksplorasi jalan pengurangan biaya dari pemasok, dan mengurangi semua biaya *overhead* yang gagal untuk menambah nilai pada produk. Kecenderungan ini tak lain untuk menciptakan nilai masa depan secara positif dan signifikan terkait dengan laba atas ekuitas. Sejumlah penelitian telah menunjukkan profitabilitas yang mempengaruhi kinerja lingkungan (Osazuwa, 2018).

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan (Sudana, 2015 : 25). Semakin besar tingkat keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan. Tingkat keuntungan yang diperoleh manajemen

dapat mempengaruhi kompensasi yang akan diterima manajemen. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini (Sartono, 2010).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar, yaitu (Kasmir, 2014).

- 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 menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur seluruh produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa cara (Sudana, 2015 : 25 - 26), yaitu:

- 1) *Return On Assets (ROA)*

Return On Assets menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi

efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar *Return On Assets*, berarti bahwa semakin efisien penggunaa aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2) *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini sangat penting bagi pihak pemegang saham, untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3) *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit margin* dibedakan menjadi :

a. *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Pendapatan Bersih}} \times 100\%$$

b. *Operating Profit Margin* (OPM)

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut :

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Total Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

c. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai bagian produksi. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi dalam laporan keuangannya. Hal ini karena keuntungan perusahaan merupakan informasi positif yang harus diberitahukan kepada pemegang saham perusahaan, sehingga, manajemen mendapatkan kompensasi yang tinggi atas kinerjanya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Judul (Tahun), Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
<i>The Effect of Company Characteristic Toward Firm Value in The Property and Real Estate Company in Indonesia Stock Exchange</i> (2014), Nurul Hidayah (Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Properti dan Real Estat di Bursa Efek Indonesia)	Independen : X_1 : <i>Managerial Ownership</i> X_2 : <i>Capital Structure</i> X_3 : <i>Firm Size</i> X_4 : <i>Profitabilitas</i> Dependen : Y : <i>Firm Value</i>	<i>Managerial Ownership, Firm Size</i> , Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>Capital Structure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
<i>Price to Book Value Ratio and Financial Statement Variable : An Empirical Study of Companies Quoted at Nairobi Securities Exchange Kenya</i> (2014), Kenneth Marangu, et al	Independen : X_1 : <i>Dividend Payout Ratio</i> X_2 : <i>ROA</i> X_3 : <i>ROE</i> X_4 : <i>Return Per Share</i> X_5 : <i>Dividend Per Share</i>	DPR, GIAT tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ROA, ROE, RPS, DPS berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

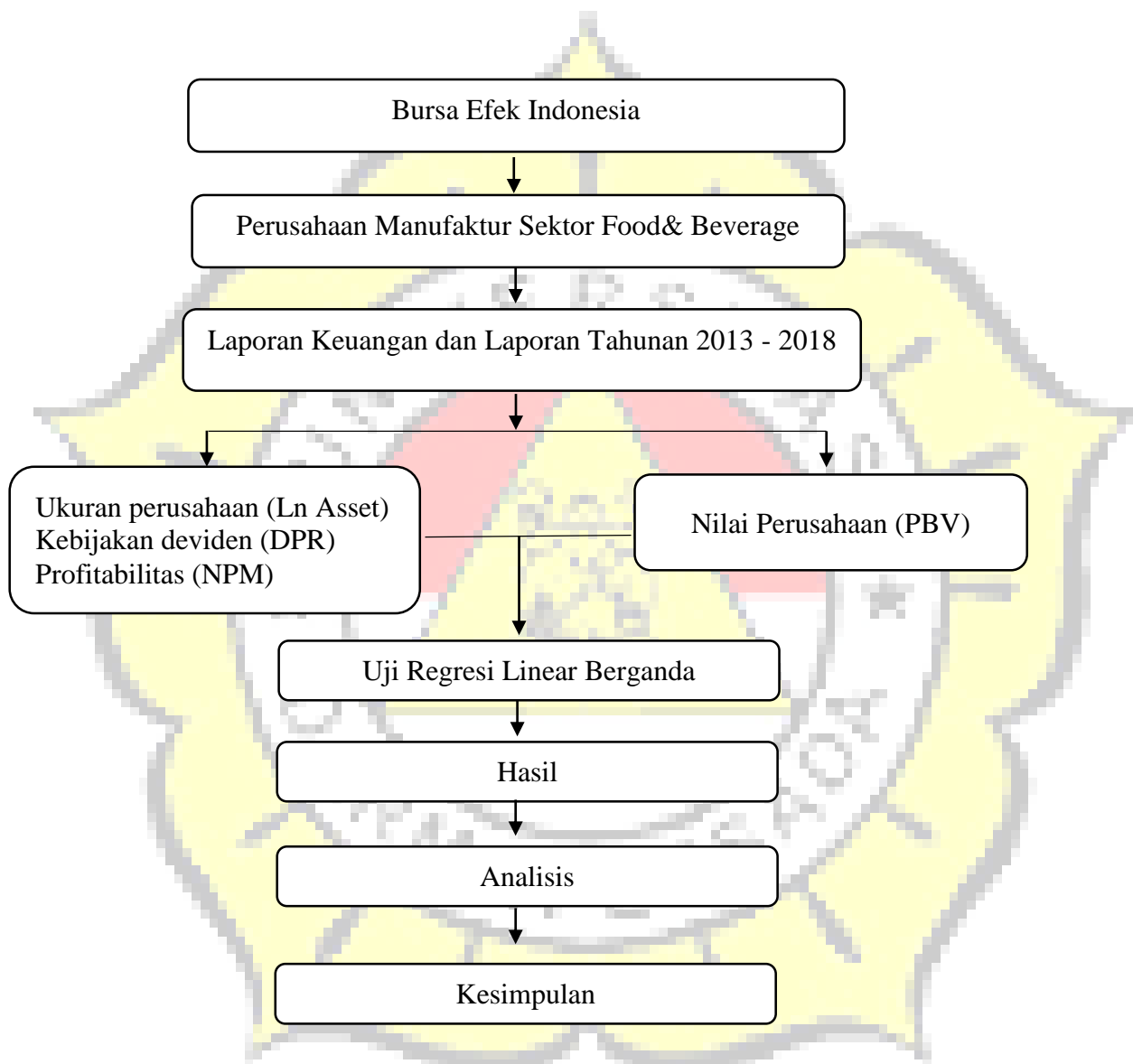
<p>(Rasio Harga Nilai Buku dan Variabel Laporan Keuangan: Studi Empiris Perusahaan di Nairobi Securities Exchange Kenya)</p>	<p>X_6 : <i>Growth in Earning After Tax</i></p> <p>Dependen : Y : <i>Firm Value</i></p>	
<p><i>The Role Of Financial Performance In Determinin The Value Of Go Public BUMN Companies In Indonesian Stock Exchanges</i> (2017), Theodian E</p> <p>(Peran Kinerja Keuangan Dalam Menentukan Nilai Perusahaan Publik Go BUMN Di Bursa Efek Indonesia)</p>	<p>Independent : X_1 : <i>Capital Structure</i> X_2 : <i>ROA</i> X_3 : <i>Size</i> X_4 : <i>Net Profit Margin</i></p> <p>Dependent : Y : <i>Firm Value</i></p>	<p>Struktur Modal dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan Sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan dan <i>Net Profit Margin</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>
<p><i>The Effect of Fundamental Factors Againts Price to Book Value on Building Construction Sub-Sector Companies in Indonesia Stock Exchanges</i> (2018), Djamaluddin, <i>et al.</i></p> <p>(Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Nilai Buku pada Perusahaan Sub-Sektor Konstruksi Bangunan di Bursa Efek Indonesia)</p>	<p>Independent : X_1 : <i>Debt Equity to Ratio</i> X_2 : <i>Return On Equity</i> X_3 : <i>Size</i> X_4 : <i>Current Ratio</i></p> <p>Dependent : Y : <i>Firm Value</i></p>	<p><i>Firm Size</i> tidak memiliki efek positif terhadap nilai perusahaan</p>

<p><i>The Influence of Profitability, Funding Decisions, and Dividend Policy on the Values of Property and Real Estate Firms in Indonesia: Institutional Ownership as a Moderator Variable</i> (2018), M Bastian, et al</p> <p>(Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Properti dan Perusahaan Real Estat di Indonesia: Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderator)</p>	<p>Independent :</p> <p>X_1 : <i>Dividen Policy</i></p> <p>X_2 : <i>Profitabilitas</i></p> <p>X_3 : <i>Funding Decision</i></p> <p>X_4 : <i>Institutional ownership</i></p> <p>Dependent :</p> <p>Y : <i>Firm Value</i></p>	<p><i>Dividen Policy, Profitabilitas, Funding Decison</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>Institutional ownership</i> gagal memoderasi pengaruh profitabilitas, funding decision dan <i>dividen policy</i> pada nilai perusahaan</p>
---	--	--

Sumber : Diolah oleh penulis

2.7 Kerangka Pemikiran

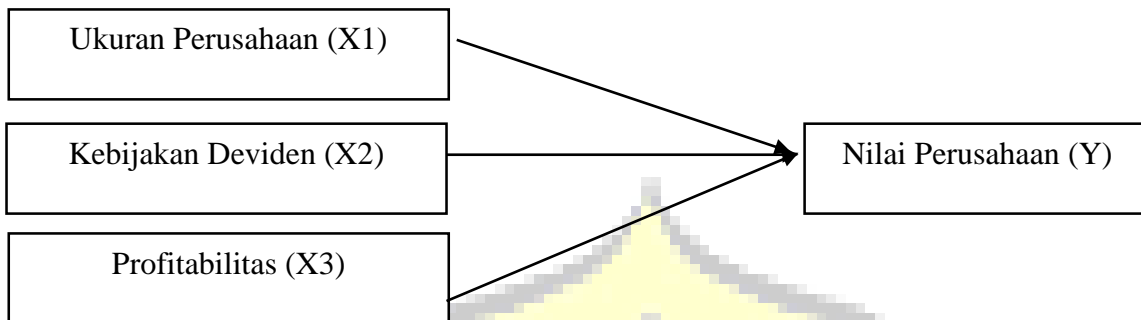
Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta permasalahan yang ada, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, maka kerangka pemikiran yang digunakan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Sumber : Dibuat oleh penulis

2.8 Model Konseptual



Gambar 2.2
Model konseptual

Sumber : Dibuat oleh penulis

Keterangan :

X1: Ukuran Perusahaan (*Logaritma Natural Total Asset*)

X2: Kebijakan Dividen (*Dividend Payout Ratio*)

X3: Profitabilitas (*Net Profit Margin*)

Y : Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*)

Kerangka konseptual ini untuk menunjukkan arah penyusunan dari metodologi penelitian dan mempermudah dalam pemahaman dan menganalisis masalah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut :

2.9.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.9.2 Pengaruh Rasio Pembayaran Deviden terhadap nilai perusahaan

H₂ : Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.9.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

