BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertamakali diperkenalkan oleh Spence didalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat atau *signal* memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat diterima pihak penerima. Pihak penerima akhirnya akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. *Signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi, atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Sedangkan menurut Brigham, dan Houston (2014:184) *signaling theory* merupakan suatu prilaku manajemen perusahaan dalam memberitahu suatu petunjuk untuk para investor terkait pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan untuk masa yang akan datang.

Dalam kerangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan memberikan suatu informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dengan pihak luar, hal ini dikarenakan manajer perusahaan mengetahui

lebih banyak informasi mengenai perusahaan, dan prospek yang akan datang dibandingkan dengan pihak luar (Wolk *et al*, 2013). Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi tersebut, salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar, berupa informasi keuangan yang positif, dan dapat dipercaya yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas, dan kesuksesan perusahaan (Wolk *et al*, 2013).

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi, jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan pasar akan mulai bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan, dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan, dan menganalisis informasi teersebut sebagai sinyal baik, atau sinyal yang buruk.

2.2 Nilai Perusahaan

Menurut Irham Fahmi (2015:82) nilai perusahaan adalah “Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”. Brigham, dan Houston (2014) menyatakan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar

karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik, dan para pemegang saham tercermin pada harga saham. Kemudian menurut Agus Sartono (2015) nilai perusahaan adalah "Tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat".

Sedangkan menurut Harmono (2014:233) "Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan". Menurut Maya Septiyuliana (2016) nilai perusahaan adalah "Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan". Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2014:50). Menurut Weston dan Copelan (2010:244) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari *Price Earning Ratio (PER), Price to Book Value (PBV), dan Tobin's Q* Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut:

1) *Price Earning Ratio (PER)* adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

2) *Price to Book Value* (PBV) mengambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

3) *Tobin's Q* Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q. Tobin's Q* ini dikembangkan oleh professor James Tobin. Rasio ini merupakan konsep yang

sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi *incremental*. *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. *Tobin's Q* dapat dihitung dengan rumus :

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

Keterangan:

q : nilai perusahaan

EMV : *closing price* saham x jumlah saham

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total asset

2.3 Likuiditas

Menurut Kasmir (2017), Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang-utang jangka pendeknnya yang jatuh tempo atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban pada saat ditagih. Maka dari itu, rasio likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya perusahaan. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid, dan perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran atau aktiva lancar yang lebih besar daripada hutang

lancarnya atau hutang jangka pendek. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan illikuid. Rasio yang digunakan dalam menghitung tingkat likuiditas suatu perusahaan dalam penelitian ini adalah :

1) Rasio lancar (*current ratio*)

Menurut Kasmir (2017:134) Rasio lancar atau *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CR = \frac{\textit{Current Assets}}{\textit{Current Liabilities}}$$

Menurut Kasmir (2017:135), "Apabila hasil pengukuran rasio tinggi, belum tentu kondisi perusahaan sedang baik. Hal ini dapat saja terjadi karena kas tidak digunakan sebaik mungkin."

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Menurut Kasmir (2017:136) Rasio cepat (*Quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau acid test ratio merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang

jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*). Artinya mengabaikan nilai sediaan, dengan cara dikurangi dari total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena sediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya. Jika *Current ratio* tinggi tapi *Quick ratio* rendah menunjukkan adanya investasi yang sangat besar dalam persediaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$QR = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Menurut Kasmir (2017:138) Rasio kas atau cash ratio merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat). Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.4 *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2015) *Leverage* sebagai berikut : "*Financial Leverage* menunjukan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *Leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%". Adapun menurut Kasmir (2017) leverage adalah: "Rasio solvabilitas atau *Leverage* ratio merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perushaaan dibubarkan (dilikuidasi)". kemudian menurut Irham Fahmi (2015:72) leverage adalah: "Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut".

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi guna memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham. Menurut Agus Sartono (2015) ada beberapa jenis pengukuran leverage yaitu *Debt to Assets Ratio, Debt to Equity Ratio,*

Time Interest Earned Ratio, Fixed Charge Coverage, dan *Debt Service Coverage*. Berikut penjelasan mengenai beberapa ratio *Leverage* sebagai berikut:

1) *Debt to Assets Ratio*

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

2) *Debt To Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara seluruh hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders' equity* yang dimiliki perusahaan

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

3) *Time Interest Earned Ratio*

Time interest earned ratio, adalah rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

$$\text{TIER} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

4) *Fixed Charge Coverage*

Fixed Charge Coverage ratio, mengukur berapa besar keamampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan, sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivanya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu.

$$\text{FCC} = \frac{\text{EBIT+Bunga+Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga+Pembayaran Sewa}}$$

5) *Debt Service Ratio*

Debt Service Coverage, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan leverage yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman.

$$\text{DSR} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga+Sewa+}\frac{Angsuran\ Pokok}{(1-Tarif\ Pajak)}}$$

2.5 Profitabilitas

Pada dasarnya, profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa mendatang maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut. Hal itu tentu saja akan mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi. Sedangkan rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2017).

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laba-rugi. Menurut I Made Sudana (2015:25) rasio profitabilitas yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan

laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu, rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (margin laba kotor dan margin laba bersih), dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi (*Return on Asset* dan *Return on Equity*). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara. Menurut I Made Sudana (2015:25), berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan, ada beberapa cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan yaitu :

1) *Return on Assets* (ROA)

Return On Assets menunjukan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak menajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajamen 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:

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

2) *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity menunjukan kemampuan perusahaan untuk penghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan model 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 :

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

3) *Profit Margin Ratio*

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

1. *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:

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

2. *Operating Profit Margin* (OPM)

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

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak \& Bunga}}{\text{Total Penjualan Bersih}}$$

3. *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:

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

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 pemagang saham perusahaan, sehingga, manajemen mendapatkan kompensasi yang tinggi atas kinerjanya.

2.6 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang Mardiyati et al., (2015). Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan dapat meningkatkan perolehan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Menurut Fista dan Widyawati (2017), pertumbuhan penjualan *(growth)* memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa

besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus :

$$SG = \frac{\text{Penjualan t – penjualan t-1}}{\text{Penjualan t-1}}$$

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	*Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value.* *Asmaul Husna, Ibnu Satria.* *Univesritas Persada Indonesia YAI, Jakarta, Indonesia, Raja Ali Haji University Maritime (UMRAH), Tanjungpinang, Indonesia.* *https://doi.org/10.32479/ijefi.8595*	Variabel Dependent : Y : FirmValue Variabel Independent : X1 : *Return On Assets* X2 : *Debt to Assets Ratio* X3 : *Current Ratio* X4 : *Firm Size* X5 : *Dividen Payout Ratio*	Hasil penelitian menunjukan semua variabel berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan kebijakan dividen tak mampu memoderasi setiap variable terhadap nilai perusahaan.
2	Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan	Variabel Dependent :	Kebijakan Hutang berpengaruh positif terhadap

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Magister Akuntansi Trisakti ISSN : 2339-0859 (Online) Vol. 6 No. 2 September 2019 : 201-224 Doi: http://dx.doi.org/10.25105/jmat.v6i2.5558	Y : Nilai Perusahaan Variabel Independent : X1 : Kebijakan Hutang X2 : Kebijakan Dividen X3 : Profitabilitas X4 : Pertumbuhan Penjualan X5 ; kesempatan Investasi Variabel Moderasi : Ukuran perusahaan	nilai perusahaan, sedangkan Kebijakan Dividen, Profitabilitas,Pertumbuhan Penjualan, Kesempatan Investasi tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan juga tidak memperkuat pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas,Pertumbuhan Penjualan, Kesempatan Investasi terhadap Nilai Perusahaan.

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3	*Profitability and Liquidity on Firm Value and Capital Structure as Intervening Variable. Ida Ayu Gede Dika Martami Sari a Ida Bagus Panji Sedana.* *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences Available online at https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/ Vol. 7 No. 1, January 2020, pages: 116-127 ISSN: 2395-7492 https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.828*	Varuabel Dependent : Y : *Firm Value* Variabel Independent X1 : *Profitability* X2 : *Liquidity* Variabel Intervening : *Capital Structure*	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Struktur Modal dapat meningkatkan pengaruh Profitabilitas, dan Likuiditas pada Nilai Perusahaan.
4	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran PerusahaanTerhadap Nilai Perusahaan. Aniela Nurminda, Deannes Isynuwardhana, S.E., M.M, Annisa Nurbaiti, S.E., M.Si. (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan	Variabel Dependent: Y: Firm Value Variabel Independent: X : Profitabilitas X2 : Leverage X3 : Ukuran Perusahaan	Berdasarkan analisis regresi data panel, menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE), Leverage (DER), dan Ukuran Perusahaan (Ln. Aset) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan (PBV).

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015) ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017 | Page 542		
5	*Effect of Liquidity, Leverage and profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange. Gregorius Paulus Tahu, and Dominicius Djoko Budi Susilo. Research Journal of Finance and Accounting* www.iiste.org *ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222-2847(Online) Vol.8, No.18, 2017.*	Variabel Dependent : Y : Firm Value Variabel Independent : X1 : *liquidity* X2 : *Profitability* X3 : *leverage* *Meoderating Variabel* : *Dividend Policy*	Likuiditas dan Profitabilitas memiliki efek positif tidak signifikan nilai perusahaan, sedangkan Leverage yang berpengaruh negatif signifikan nilai perusahaan, Kebijakan Dividen mampu secara signifikan memoderasi pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

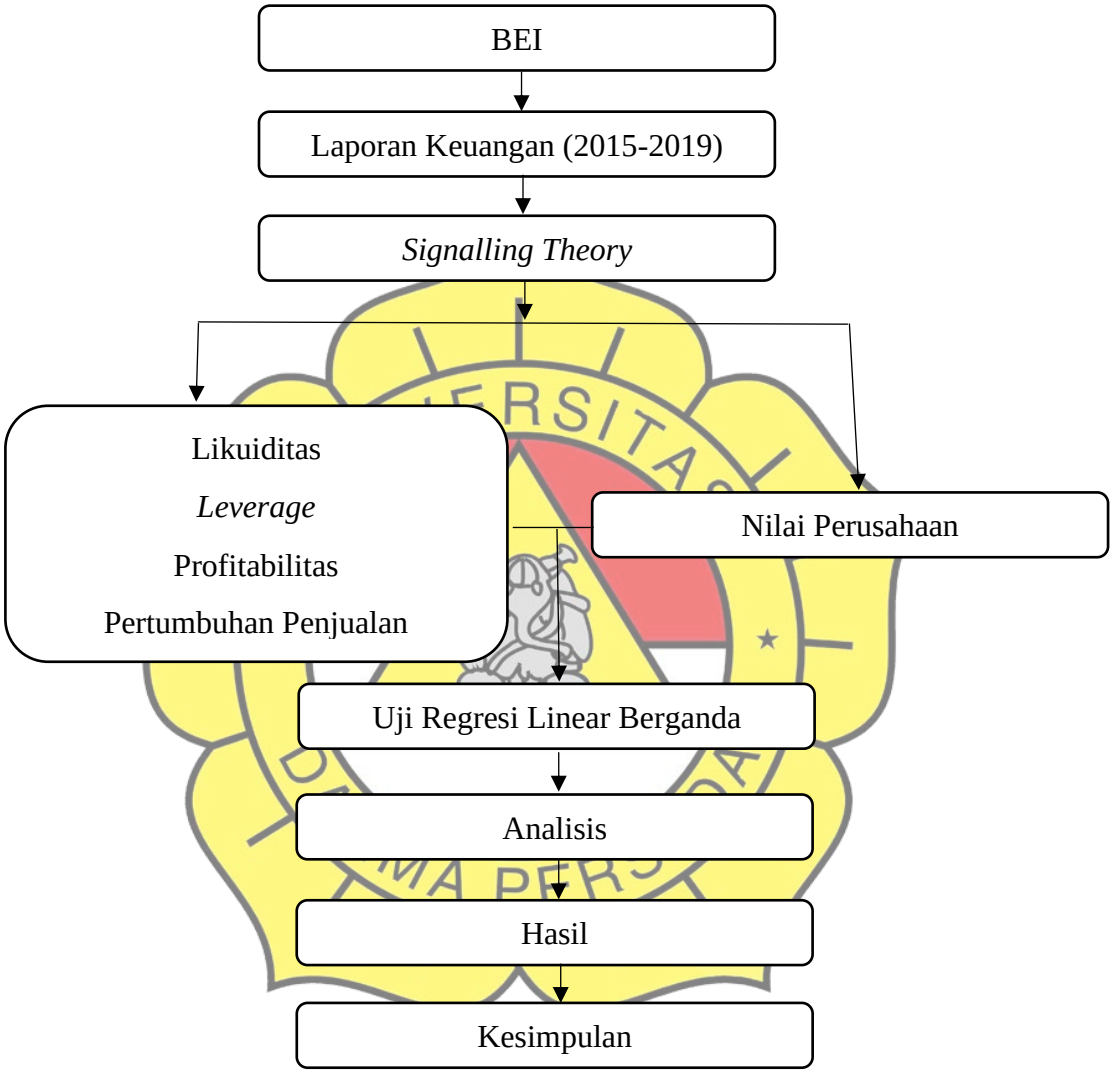
No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
6	Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Kiki Noviem Mery JOM Fekon Vol. 4 No.1 (Februari) 2017 Faculty of Economics, Riau University, Pekanbaru,Indonesia.	Variabel Dependent : Y : Nilai Perusahaan Variabel Independent : X1 : Likuiditas X2 : Leverage X3 : Profitabilitas Variabel Moderasi : Kebijakan Deviden	Likuiditas, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Kebijakan dividen mampu memoderasi Likuiditas, Profitabilitasterhadap nilai perusahaan, tetapi Kebijakan dividen tidak mampu memoderasi Leverage terhadap nilai perusahaan.
7	*Impact of Financial Leverage on Value of Firms: Evidence from Cement Sector of Pakistan* *Muhammad Azhar Farooq, Ahsan Masood Research Journal of Finance and Accounting www.iiste.org ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222-2847(Online)* *Vol.7, No.9, 2016*	Variabel Dependent : Y1 : Tobin's Q Variabel Independent : X1 : Financial Leverage Variabel Kontrol : Firm Size Asset Tanibility	Hasil hubungan yang lemah antara leverage keuangan dan TQ. ukuran perusahaan memiliki hubungan terbalik dengan TQ. Aset tangibility juga memiliki hubungan negatif dengan TQ, sedangkan likuiditas secara positif dan signifikan terkait dengan TQ. aset berwujud adalah negatif tetapi secara signifikan berhubungan dengan Tobin Q, atau ketiga variabel kontrol likuiditas ditemukan menjadi positif

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Liquidity	dan signifikan terkait dengan nilai perusahaan.
8	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Modal Kerja Pada Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Intervening I Gusti Ngurah Yoga Dimas Atmaja Ida Bagus Putra Astika ISSN: 2302-8556 https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p01 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24.1.Juli (2018): 1-29	Variabel Dependent : Y : Nilai Perusahaan Variabel Independent : X1 : Profitabilitas X2 : *Leverage* X3 : modal Kerja Variabel *Intervening* CSR(M)	Hasil penelitian menunjukan bahwa profitabilitas, leverage, dan modal kerja tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan yang didukung oleh CSR dalam perusahaan.
9	*Effect Of Profitability, Leverage, And Liquidity* *To The Firm Value* https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.225	Variabel Dependent : *Firm Value* Variabel Independent ; X1 : *Profitability* X2 : *Leverage* X3 : *Liquidity*	variabel profitabilitas, dan leverage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai variabel perusahaan (PBV), variabel dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan (PBV).

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Markonah Markonah, Agus Salim, Johanna Franciska E-ISSN: 2721-303X, P-ISSN: 2721-3021		
10	Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Likuiditas, Dan Struktur Modal Pada Nilai Perusahaan Ade Pratiwi Indasari, I Ketut Yadnyana ISSN: 2302-8556 https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i01.p27 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.22.1. Januari (2018): 714-746	Variabel Dependent : Y : Nilai perusahaan Variabel Independent : X1 :profitabilitas X2 : Growth Oppurtunity X3 : Likuiditas X4 : Struktur Modal	Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, growth opportunity, struktur modal berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Variabel likuiditas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

2.8 Kerangka Berfikir

Gambar Kerangka Berfikir

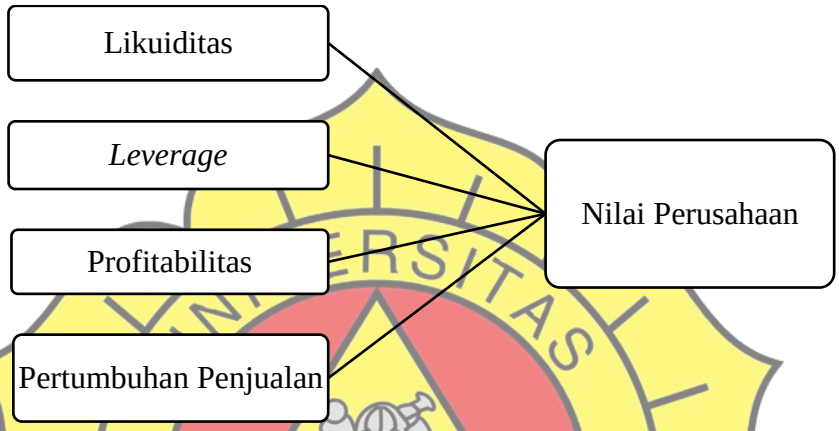


Kerangka Pemikiran ini untuk menunjukan arah penyusunan dari metodologi penelitian untuk mempermudah dalam pemahaman dan menganalisis masalah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

2.9 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma ganda dengan 3 variabel independen yang dapat dijelaskan melalui gambar berikut:

Metodologi Penelitian



Gambar diatas menjelaskan mengenai hubungan antara variabel dimana terdapat 4 variabel indepeden yaitu likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan, lalu 1 variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

2.10 Hipotesis Penelitian

2.10.1 Hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

Menurut (Wardana, 2015), berdasarkan perhitungan rasio, perusahaan yang memiliki CR kecil menunjukkan bahwa ia memiliki aset lancar yang kecil untuk membayar kewajiban jangka pendeknya, tetapi perusahaan yang memiliki CR tinggi tidak harus dikatakan sebagai bagus karena CR tinggi dapat terjadi karena kurangnya uang tunai dan manajemen persediaan yang efektif. Oleh karena itu, untuk mengatakan

apakah perusahaan memiliki tingkat likuiditas yang baik atau tidak, diperlukan rasio standar, seperti standar rasio segmen bisnis yang serupa.

H_0 : Likuiditas *(CR)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H_a : Likuiditas *(CR)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.10.2 Hubungan Leverage dengan Pertumbuhan Laba

Menurut (Siahaan et al., 2016), rasio utang adalah rasio total utang perusahaan terhadap aset perusahaan. Semakin rendah rasio utang, semakin rendah sumber pembiayaan melalui utang. Sebaliknya, semakin tinggi rasio utang, semakin tinggi sumber pembiayaan melalui utang.

H_0 : *Leverage (DAR)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H_a : *Leverage (DAR)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.10.3 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespons secara positif sinyal-sinyal ini yang mendorong peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan peningkatan laba menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik yang menghasilkan sentimen positif bagi investor dan menaikkan harga saham perusahaan. Peningkatan harga saham di pasar akan meningkatkan nilai perusahaan. Ini didukung oleh hasil (Terpstra dan Verbeeten, 2014) menemukan bahwa rasio profitabilitas yang diukur dengan ROI atau ROA memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_0 : Profitabilitas *(ROA)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H_a : Profitabilitas *(ROA)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.10.4 Hubungan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan

Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang Nirmala *et al* (2016).

H_0 : Pertumbuhan Penjualan *(SG)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H_a : Pertumbuhan Penjualan *(SG)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan