

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Manajemen Keuangan

2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, salah satu departemen yang paling penting dalam rangka mencapai tujuan perusahaan adalah manajemen keuangan untuk bertugas merencanakan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan rencana keuangan secara keseluruhan dari penjabaran rencana dana yang dibutuhkan masing-masing departemen. Dalam menjalankan kegiatannya, manajemen keuangan memperhatikan beberapa hal pokok yaitu penilaian dan pengambilan keputusan.

Menurut Horne (dalam Kasmir, 2019), mendefinisikan manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa kegiatan manajemen keuangan berfokus di sekitar bagaimana memperoleh dana untuk membiayai usahanya, bagaimana mengelola dana tersebut sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan bagaimana perusahaan mengelola asset yang dimiliki secara efisien dan efektif.

Sementara itu Brigham (dalam Kasmir, 2019) mengatakan manajemen keuangan adalah seni (*art*) dan ilmu (*science*), untuk mengelola uang yang meliputi proses, institusi/lembaga, pasar instrument yang terlibat dengan masalah transfer uang di antara individu, bisnis, dan pemerintah. Dari pengertian ini dapat

disimpulkan bahwa aktivitas manajemen keuangan berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk lembaga yang berhubungan erat dengan sumber pendanaan dan investasi keuangan perusahaan serta instrument keuangan.

2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, semua pihak yang terlibat dalam organisasi baik departemen keuangan, produksi, pemasaran maupun sumber daya manusia harus bekerja sama. Tanpa kerja sama yang baik, tentu sulit untuk mencapai tujuan perusahaan seperti yang diharapkan (Kasmir, 2019). Dalam praktiknya untuk mencapai tujuan tersebut, maka manajemen keuangan memiliki tujuan melalui dua pendekatan, yaitu:

1. *Profit risk approach*

Dalam hal ini manajer keuangan tidak hanya sekedar mengejar maksimalisasi profit, akan tetapi juga harus mempertimbangkan risiko yang akan dihadapi. Bukan tidak mungkin harapan profit yang besar tidak tercapai akibat risiko yang dihadapi juga besar. Di samping itu, manajer keuangan juga harus terus melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap seluruh aktivitas yang dijalankan. Kemudian seorang manajer keuangan dalam menjalankan aktivitasnya harus menggunakan prinsip kehati-hatian. Secara garis besar profit risk approach terdiri dari:

- a. Maksimalisasi profit
- b. Minimal risk

c. Maintain control

d. *Achieve flexibility (careful management of fund and activities)*

2. *Liquidity and profitability*

Merupakan kegiatan yang berhubungan dengan bagaimana seorang manajer keuangan mengelola likuiditas dan profitabilitas perusahaan.

Dalam hal likuiditas, manajer keuangan harus sanggup untuk menyediakan dana (uang kas) untuk membayar kewajiban yang sudah jatuh tempo secara tepat waktu. Kemudian manajer keuangan juga dituntut untuk mampu me-manage keuangan perusahaan sehingga mampu meningkatkan laba perusahaan dari waktu ke waktu. Manajer keuangan juga dituntut untuk mampu mengelola dana yang dimiliki termasuk pencarian dana serta mampu mengelola asset perusahaan sehingga terus berkembang dari waktu ke waktu.

2.1.3 Tugas Manajemen Keuangan

Dalam menjalankan tugasnya departemen keuangan memiliki banyak tugas agar mencapai sasarannya. Tugas (kewajiban) ini kemudian dituangkan dalam berbagai kegiatan yang harus direncanakan, dilaksanakan, diawasi, dan dikendalikan sehingga dapat memuluskan pencapaian tujuan tersebut. Semua tugas ini lebih banyak menjadi tanggung jawab manajer keuangan atau direktur keuangan sebagai pimpinan tertinggi di departemen keuangan. Kesuksesan dalam menjalankan tugas tersebut merupakan hal yang diharapkan perusahaan dan merupakan prestasi bagi para manajer keuangan apabila dapat mencapainya. Namun sebaliknya dalam praktiknya tidak semua usaha dijalankan akan berhasil

atau menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan, dengan berbagai sebab. Oleh karena itu, manajer keuangan harus tahu terlebih dahulu fungsinya sebagai apa di perusahaan tersebut sebelum menjalankan aktivitasnya, sehingga dapat memahami dan menjalankan tugasnya dengan baik (Kasmir, 2019). Secara umum aktivitas manajer keuangan adalah:

1. Meramalkan dan merencanakan keuangan

Artinya, seorang manajer keuangan harus mampu berinteraksi dengan eksekutif lain dan bersama-sama merencanakan kegiatan apa saja yang harus dilakukan untuk ke depan.

2. Keputusan permodalan, investasi, dan pertumbuhan

Manajer keuangan dituntut untuk mampu menghimpun dana yang dibutuhkan, baik jangka pendek (keperluan modal kerja) maupun jangka panjang. Permodalan jangka panjang juga sangat diperlukan guna mendukung pertumbuhan perusahaan, seperti peningkatan investasi pabrik, peralatan, dan aktiva lainnya terutama pada saat dibutuhkan.

3. Melakukan pengendalian

Dalam perjalanannya bisa saja aktivitas perusahaan menyimpan dari hal yang sudah direncanakan sebelumnya, baik disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitasnya manajer keuangan dituntut untuk mampu berinteraksi dengan eksekutif lain dalam menjalankan operasi perusahaan secara efisien sehingga apabila terjadi

penyimpangan masing-masing pihak dapat mengendalikan ke arah seperti yang telah direncanakan sebelumnya.

4. Hubungan dengan pasar modal

Kebutuhan akan modal dapat dicari dari berbagai alternatif sumber dana dan salah satunya adalah dari pasar modal. Dalam hal ini manajer keuangan harus mampu berhubungan dengan pasar modal sehingga pencarian modal dari sumber ini dapat dipenuhi.

2.2 Teori *Signalling*

Pada suatu penelitian dibutuhkan teori yang sebagai landasan untuk mendapatkan hasil dari penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teori signal atau isyarat. Menurut Ghozali (2020) teori sinyal ini dikemukakan oleh Spence untuk menjelaskan tindakan pemberi sinyal (*signaler*) dalam mempengaruhi perilaku dari pada penerima sinyal. Teori ini juga menyatakan bahwa sinyal-sinyal informasi yang didapatkan oleh investor digunakan untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

Menurut Brigham & Houston, (2014) teori sinyal merupakan cara pandang pemegang saham tentang peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dimasa yang akan datang, dimana informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para pemegang saham. Perusahaan harus memiliki dorongan untuk memberikan informasi-informasi tentang laporan keuangan kepada pihak luar.

Informasi yang harus diberikan mengenai kondisi saham dalam suatu perusahaan dan akan memberikan efek bagi investor sebagai pihak yang menerima signal tersebut untuk memutuskan menanamkan modalnya. Bagi pihak luar minimnya informasi dari perusahaan akan menimbulkan mereka melindungi diri dan akan berpengaruh pada harga yang akan mereka berikan kepada perusahaan. Selain itu informasi yang kurang juga akan berpengaruh pada kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut.

Para investor beranggapan bahwa signal positif atau negatif akan mempengaruhi kondisi pasar sehingga penanam modal bertindak dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut. Maka dari itu seorang manajer harus memberikan asimetri informasi kepada pihak-pihak luar yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Teori signal menjadi salah satu acuan dalam pada nilai perusahaan. Teori ini dapat memberi suatu informasi tentang keadaan perusahaan tersebut.

Investor akan menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk menilai perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham sehingga banyak investor menganggap harga saham yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan menjadi tinggi juga. Signal ini akan meningkatkan kepercayaan pasar dan kinerja perusahaan saat ini hingga kondisi yang akan datang. (Ukhriyawati & Dewi, 2019).

2.3 Nilai Perusahaan

2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi (Ningrum, 2022).

Maka jika perusahaan diibaratkan sebagai suatu barang nilai perusahaan adalah harga jual dari barang tersebut ketika barang tersebut akan dijual. Seperti yang dinyatakan oleh Husnan dan Pudjiastuti (dalam Toni & Silvia, 2021) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan (*firm value*) pada dasarnya juga menunjukkan nilai kekayaan bersih dari pemilik perusahaan (*shareholder wealth*). Oleh karena itu, meningkatnya nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari pemilik perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya atau bertambahnya nilai kekayaan pemilik perusahaan. Menurunnya nilai perusahaan berarti berkurangnya nilai kekayaan pemilik perusahaan (Sugeng, 2017).

Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham perusahaan adalah harga yang diterima oleh investor atau pasar dan dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal. Oleh karena itu besar kecilnya nilai perusahaan akan tercermin juga

oleh harga sahamnya. Peningkatan harga saham menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan baik, sehingga masyarakat mau membayar lebih tinggi, hal ini sesuai dengan harapan masyarakat untuk mendapatkan return yang tinggi pula. Bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan (Indrarini, 2019). Untuk meningkatkan nilai perusahaan tentunya perusahaan harus mampu mengelola keuangan dan menjalankan operasional perusahaannya dengan baik. Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli yang berada di pasar modal khususnya harga saham.

2.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Gunardi et al. (2023) ada beberapa pengukuran yang dapat digunakan untuk nilai perusahaan terdiri dari:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga pasar saham terhadap earning nya. Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh earning per share nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning per share. PER dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Sumber : Gunardi et al. (2023)

2. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul dari pada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus kepada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Namun dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Tobin's Q dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value of All Outstanding} + \text{Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Sumber : Gunardi et al. (2023)

3. Price Book Value (PBV)

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Price Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel paling dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi

perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. PBV dapat dihitung dengan rumus:

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

Nilai buku saham dapat dihitung dengan rumus

$$PBV = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Sumber : Gunardi et al. (2023)

2.4 Kebijakan Dividen

Dividen adalah pembagian kepada pihak yang memiliki saham dari sebuah perusahaan yang disesuaikan dengan jumlah lembar saham yang dimiliki. Mayoritas pembagian dividen dilakukan dengan jangka waktu yang tetap, namun terkadang juga ada yang melakukan pembagian dividen khusus atau tambahan di luar waktu pembagian yang ditentukan. Dividen akan dibagikan kepada pihak yang memiliki saham, tetapi dengan sebuah catatan bahwa perusahaan telah menghasilkan keuntungan yang cukup besar dan dewan direksi dari sebuah perusahaan sudah menganggap layak untuk mengumumkan pembagian dividen (Hasan et al., 2022).

Seperti yang dinyatakan Besley dan Brigham (Hasan et al., 2022) dividen adalah pembagian keuntungan yang diperoleh oleh sebuah perusahaan kepada para pemegang sahamnya, entah itu dari keuntungan atau laba yang diperoleh pada saat periode yang sedang berjalan atau keuntungan pada saat periode sebelumnya. Dividen juga dianggap sebagai sebuah hak pemegang saham atau *common stock* untuk memperoleh bagian yang bersumber dari keuntungan sebuah perusahaan. Apabila sebuah perusahaan sudah memutuskan bahwa akan dilakukan pembagian keuntungan dalam bentuk dividen, maka seluruh pemilik saham dari perusahaan tersebut akan mendapatkan hak yang sama sesuai jumlah kepemilikan.

Tetapi, ada beberapa alasan yang membuat perusahaan tidak selalu memberikan semua keuntungan kepada pemilik saham. Alasan yang digunakan biasanya adalah untuk kepentingan menambah modal perusahaan. Sebuah perusahaan bisa jadi tidak melakukan pembagian dividen di karenakan ada keperluan yang lebih diprioritaskan. Misalnya, hasil keuntungan perusahaan lebih diutamakan untuk kepentingan ekspansi atau pengembangan bisnis, tentu hal ini dapat menjadi alasan sebuah perusahaan tidak melakukan pembagian dividen kepada para pemegang saham. Namun, perusahaan biasanya tetap berjanji untuk menerbitkan dividen agar dapat meningkatkan kepercayaan para pemilik saham untuk rencana jangka panjang. Selain itu, janji penerbitan dividen sangat berpengaruh untuk menarik minat dari para investor baru yang ingin mendapatkan pendapatan tetap (Hasan et al., 2022).

2.4.1 Jenis-Jenis Kebijakan Dividen

Menurut Hasan, (2022) terdapat beberapa jenis dividen yaitu:

1. Dividen Tunai

Dividen yang dibagikan oleh sebuah perusahaan kepada para pemegang sahamnya dalam bentuk uang tunai atau cash. Dividen jenis ini bisa dikatakan merupakan pembagian dividen yang paling sering dilakukan.

2. Dividen Properti

Bisa juga disebut dengan dividen barang merupakan dividen yang didistribusikan menjadi dalam bentuk asset. Dividen ini menjadi jenis dividen yang cukup jarang dilakukan, biasanya dikarenakan proses pembagian yang relative tidak mudah.

3. Dividen Likuidasi

Pada dasarnya, dividen likuidasi adalah dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham yang berupa sebagian laba dan sebagian pengembalian modal. Perusahaan yang akan memberikan dividen likuidasi umumnya merupakan perusahaan yang memiliki rencana untuk menghentikan perusahaannya seperti joint venture atau perusahaan sedang mengalami kebangkrutan.

4. Dividen Janji Hutang

Dividen janji hutang atau bisa disebut dividen skrip adalah dividen yang dibagikan dari perusahaan kepada pemegang saham berupa surat janji hutang. Dalam jenis dividen inii, perusahaan memberikan janji kepada para investornya bahwa akan membayarkan dividen tersebut pada waktu

yang sudah ditentukan. Pembagian dividen ini juga biasanya karena perusahaan sedang tidak memiliki uang tunai yang cukup untuk membayar dividen para pemegang saham.

5. Dividen Saham

Dividen saham atau stock dividen merupakan pembagian dividen yang dilakukan dalam bentuk saham dari sebuah perusahaan untuk para investornya. Dividen saham hamper mirip seperti penyusunan ulang modal perusahaan atau rekapitulasi perusahaan, namun tidak mengurangi jumlah kepemilikan dari para pemilik saham. Dalam pembagian dividen jenis ini, investor tidak mendapatkan uang tunai, namun mereka mendapatkan tambahan jumlah saham.

6. *Stock Split*

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 nominal yang lebih kecil. Dengan *stock split* ini jumlah lembar saham menjadi lebih banyak dikarenakan memecah saham lama. Maka akan mengakibatkan harga saham turun proporsional dengan kenaikan jumlah lembar saham. Dengan *stock split* harga saham menjadi lebih murah, sehingga pasar masih dalam trading range tertentu.

2.4.2 Indikator Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen penelitian ini dihitung dengan dividen discount model (DDM) dan dividen payout ratio (DPR).

1. *Dividen Discount Model* (DDM)

Merupakan salah satu metode pengujian analisis saham berdasarkan pendekatan nilai sekarang (*present value approach*). Pengujian ini mengestimasi harga saham dengan mendiskontokan semua aliran dividen yang akan di terima di masa mendatang. DDM dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$P_0 = \frac{D}{(1+r)^t}$$

Sumber: Hartono, (2017)

2. *Dividen Payout Ratio* (DPR)

DPR menggambarkan perilaku oportunistik manajerial yaitu dengan melihat berapa besar keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dan berapa yang ditahan perusahaan. Rasio ini menunjukkan hasil perbandingan antara dividen tunai per lembar saham dengan laba per lembar saham. Rasio ini memberikan gambaran yang lebih baik terhadap keuntungan yang diperoleh pemegang saham dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi rasio akan semakin menguntungkan bagi pemegang saham karena semakin besar tingkat kembalian atas saham yang dimiliki. DPR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$DPR = \frac{\text{Dividend Per Share (DPS)}}{\text{Earning Per Share (EPS)}}$$

Sumber: Ernayani, (2022)

2.5 Profitabilitas

2.5.1 Pengertian Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung.

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2019).

Menurut Irman (dalam Dwi Purnomo et al., 2021) profitabilitas dari suatu entitas akan berdampak pada kebijakan investor lewat investasi yang dikeluarkannya. Kemampuan perusahaan dalam menciptakan pendapatan akan

menarik minat para investor untuk menginvestasikan uangnya agar usahanya bertambah luas, berbanding terbalik dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan mengakibatkan investor enggan menginvestasikan uangnya. Oleh karena itu analisis profitabilitas ini amat sangat penting untuk para investor jangka panjang. Sedangkan dampaknya untuk perusahaan itu sendiri berguna sebagai bahan penilaian dari efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba yang diperoleh baik dari penjualan, investasi, aset, dan ekuitas atau modal dalam suatu periode tertentu. Apabila suatu perusahaan dapat menciptakan laba yang meningkat maka suatu perusahaan dapat dinilai mempunyai kinerja yang baik. Tingkat keuntungan tersebut dapat menjadi patokan bagi investor untuk melakukan investasi dengan perusahaan terkait.

Pada penelitian ini rasio profitabilitas di hitung dengan *return on asset* (ROA) yaitu melakukan perbandingan dengan pengukuran agar mengetahui seberapa efisiennya perusahaan dalam melakukan pengelolaan aset agar mendapatkan laba untuk suatu periode. Sehingga jika makin tinggi rasio tersebut berarti makin baik pula kinerja perusahaannya untuk mendapatkan keuntungan dana agar menarik perhatian para investor (Aini & Priyadi, 2022). ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net\ Profit}{Total\ Asset} \times 100\%$$

Sumber: Utomo, (2010)

2.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir, (2019) rasio profitabilitas memiliki beberapa manfaat bagi pemilik usaha maupun pihak luar yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Berikut ini manfaat rasio profitabilitas yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahu besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan adanya perbedaan risiko usaha perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin baik teknologi dan sistem dalam perusahaan serta adanya kemudahan bagi manajemen dalam menggunakan aktiva perusahaan akan mendorong peningkatan kinerja

perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan kapasitas produksi perusahaan yang semakin besar sehingga semakin meningkatkan profitabilitas (Nurlaela, 2019).

Sedangkan perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Walaupun perusahaan memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor memperoleh hasil yang memiliki *return* tinggi secara signifikan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat dilihat dari besar kecilnya suatu perusahaan.

Perusahaan besar dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sebab semakin besarnya ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal dibandingkan perusahaan yang berskala kecil. Nilai perusahaan akan semakin membaik dan memiliki risiko yang rendah jika perusahaan tersebut mempunyai kelebihan yang dapat menentukan tingkat kemudahan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Maka ukuran perusahaan diukur dari total aset neraca pada akhir tahun, yang diukur dengan logaritma normal (\ln) dari total aset (Sawir, 2018).

2.6.1 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi resmi di Indonesia menurut Pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

1. Usaha Mikro

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak 50 juta rupiah dan tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan 1 periode (tahunan) paling banyak 300 juta rupiah.

2. Usaha Kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari antara 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk kepentingan komersial.
- b. Memiliki omzet tahunan antara 300 juta rupiah sampai dengan paling banyak 2,3 Miliar.

3. Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih antara 500 juta rupiah sampai dengan paling banyak 10 Miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan komersial.
- b. Memiliki penjualan tahunan lebih dari 2,5 Miliar rupiah sampai dengan paling banyak 50 Miliar rupiah.

4. Usaha Besar

Sedangkan usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih, atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.7 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pendukung penelitian ini, penulis mengambil referensi empiris dari beberapa penelitian terdahulu. Berikut penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kebijakan dividen, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
1	Astika et al., (2022) Pengaruh Profitabilitas Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018.	Rasio Profitabilitas (ROA), Kebijakan Dividen (DPR), Ukuran Perusahaan (SIZE/Ln total aktiva), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil dari penelitian ini Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Hasugian & Mandasari, (2023) Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2009-2019	Kebijakan Dividen (DPR), Profitabilitas (ROA dan ROE), Likuiditas (CR), Ukuran Perusahaan (Size), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil penelitian kebijakan dividen, likuiditas, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
3	Rachmadani & Nursiam, (2023) Pengaruh Profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021.	Profitabilitas (ROA), Leverage (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Ukuran Perusahaan (Firm Size), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil penelitian profitabilitas dan leverage tidak mempengaruhi nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan dan kebijakan dividen mempengaruhi nilai perusahaan.
4	Latifa & Sulistyowati, (2023) Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen, Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.	Struktur Modal (DER), Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (Size), Kebijakan Dividen (DPR), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil penelitian struktur modal tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Aini & Priyadi, (2022) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap	Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (Firm Size), Kebijakan Dividen (DPR), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil penelitian profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan kebijakan dividend an ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan

No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
	Nilai Perusahaan Food and Beverage di BEL.		terhadap nilai perusahaan.
6	Susanti & Idayati, (2023) Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Profitabilitas (ROA), Kebijakan Dividen (DPR), Ukuran Perusahaan (Firm Size), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil Penelitian Profitabilitas, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7	Fernanda & Dwiati, (2023) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan.	Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (Size), Kebijakan Dividen (DPR), Keputusan Investasi (PER), Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian profitabilitas memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak memberi pengaruh pada nilai perusahaan, keputusan investasi mempengaruhi nilai perusahaan.
8	Suardana et al., (2020) Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.	Profitabilitas (ROA), Kebijakan Hutang (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Keputusan Investasi (PER), Ukuran Perusahaan (Firm Size), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil Penelitian Profitabilitas, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan kebijakan hutang dan kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
9	Wirma et al., (2021) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2017-2019.	Ukuran Perusahaan (Ln asset), Profitabilitas (ROA), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Institusional, Nilai Perusahaan (PBV).	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
10	Anisa et al., (2021) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food dan Beverages.	Profitabilitas (ROA), Leverage (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Ukuran Perusahaan (Ln asset), Nilai Perusahaan (PBV).	Hasil penelitian ukuran perusahaan dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Leverage berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	Aprilyani et al., (2021) The Effect Of ERM, Firm Size, Leverage, Profitability and Dividen Policy on Firm Value (Evidence From Food and Beverage Sub Sector Companies Listed in IDX 2015-209)	Profitability (ROA), Firm Size (Ln Asset), Leverage (DER), Dividen Policy (DPR), Firm Value (PBV).	Firm size has a negative and insignificant effect on firm value, Leverage has a positive and significant effect on firm value, profitability has a positive and significant effect on the company, Dividend policy has a positive but not significant effect on firm value.

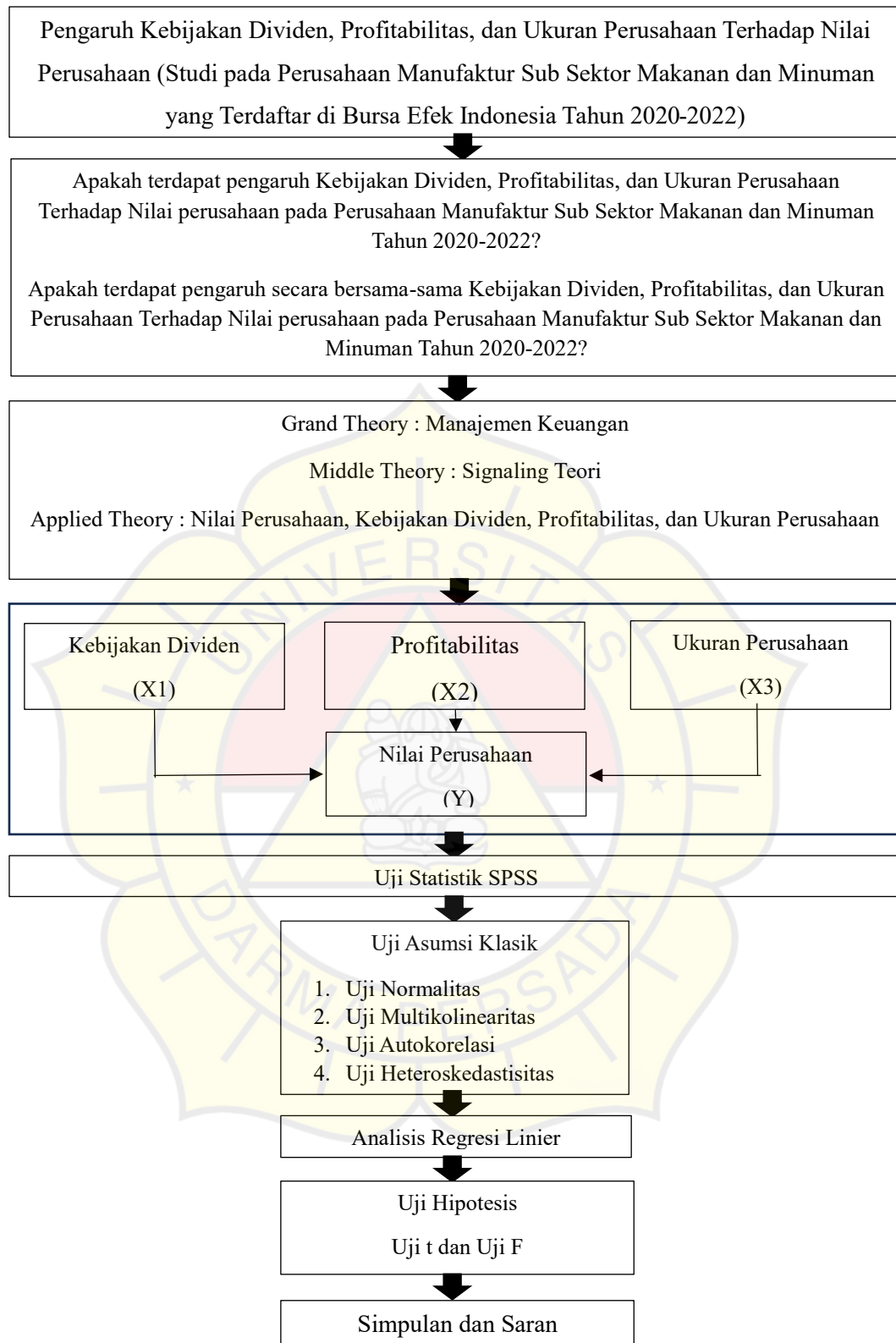
No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
12	Yopyy et al., (2023) Influence Profitability, Policy debt, Policy Dividend, Investment Decision, And Firm Size to Firm Value Manufacture Sub Sector Food And Drink Registered In the Indonesian Stock Exchange.	Profitability (ROA), Policy Debt (DER), Dividen Policy (DPR), Decision Investment (PER), Firm size (Size), Firm Value (PBV).	profitability No influential or No significant to firm value, policy debt No influential or No significant to firm value, Policy dividend No influential or No significant To firm value, on company decision investment No influential or No significant to value company on company.
13	Wilda Nafisa et al., (2023) The Effect Of Capital Structure, Company Size, Profitability And Dividend Policy On The Value Of Food And Beverage Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The 2017-2021 Period.	Capital Structure (DER), Company Size (Size), Profitability (ROA), Dividen Policy (DPR), Company Value (PBV).	DER has a positive and significant effect on the value, that Size has a positive and significant effect on the value, ROA has no significant negative effect on the value, DPR has a positive and significant effect on the value.
14	Bon & Hartoko, (2022) The Effect of Dividend Policy, Investmen Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm value of manufacturing companies listed	Dividen Policy (DPR), Investment Decision (TAG), Leverage (DAR), Profitability (ROA), Firm Size (Size), Firm Value (PBV).	Dividen policy does not effect firm value, Investment decisions do not affect firm value, Leverage affects positively firm value, Profitability affects positively firm value, And firm size does not affect firm value.

No	Nama Peneliti /Tahun/ Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Hasil Penelitian
	on the Indonesian stock exchange in 2015-2019 Period.		
15	Sondakh, (2020) The Effect of Dividen Policy, Liquidty, Profitability, and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period.	Dividen Policy (DPR), Liquidity (CR), Profitability (ROA), Firm Size (Size), Firm Value (PBV).	Dividen policy has a negative and significant effect on firm value, Liquidity and firm size partially influence positively and significantly on firm value, Profitability is not appropriate and not significant to firm value.

Sumber: Data diolah oleh penulis 2023

2.8 Kerangka Berpikir

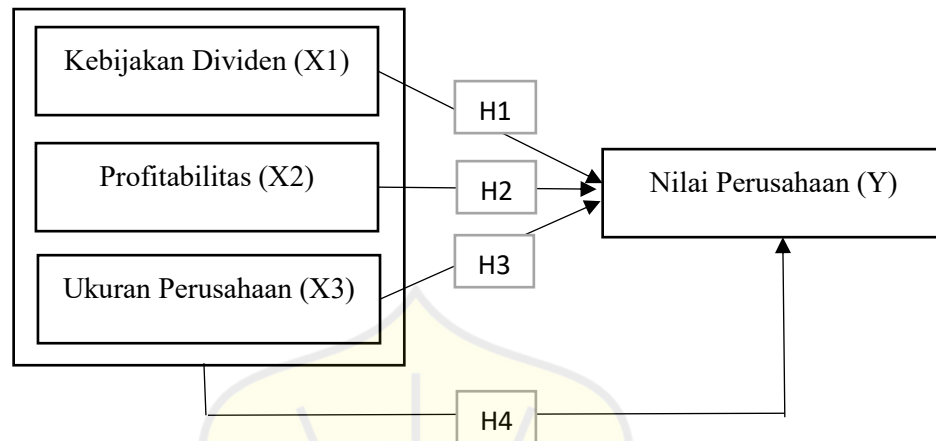
Kerangka berpikir dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena mencakup tujuan dari penelitian itu sendiri. Menurut Sekaran (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir akan menghubungkan secara teoritis antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diteliti. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka pada penelitian ini dapat dirumuskan kerangka berpikirnya sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah penulis

Pertautan antara variabel tersebut selanjutnya akan dirumuskan kedalam model paradigma penelitian pada gambar berikut:



Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian

Sumber: Data diolah penulis 2023

Pada gambar diatas menjelaskan mengenai hubungan variabel, dimana digunakan tiga variabel independen yaitu terdiri dari kebijakan dividen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan.

2.9 Rumusan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian Hasugian & Mandasari, (2023) didukung oleh hasil Susanti & Idayati, (2023) menyatakan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Fernanda & Dwiati, (2023) didukung oleh hasil Suardana et al., (2020) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.9.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian Latifa & Sulistyowati, (2023) dan didukung dengan hasil penelitian Aprilyani et al., (2021) menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Rachmadani & Nursiam, (2023) dan Yoppy et al., (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.9.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian Astika et al., (2022) dan didukung oleh hasil Wilda Nafisa et al., (2023) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Anisa et al., (2021) dan Bon & Hartoko, (2022) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.9.4 Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian Wirma et al., (2021) kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Aini & Priyadi, (2022) profitabilitas

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan hasil penelitian Suardana et al., (2020) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

