

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 *Signaling Theory***

Menurut Brigham dan Houston, (2011) menyatakan bahwa teori signal merupakan teori penting dalam memberikan sebuah informasi tentang perusahaan terutama bagi pihak *eksternal*. Informasi tersebut berupa sebuah keterangan, catatan, maupun gambaran perusahaan baik pada kondisi perusahaan di masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang, dan informasi tersebut harus lengkap, relevan, mudah dipahami, dan akurat, karena informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh investor untuk mengambil sebuah keputusan saat berinvestasi di pasar modal.

Menurut Sharpe, (1997) dalam Ivana, (2005) informasi mengenai laporan keuangan suatu perusahaan akan memberikan sinyal bagi para pihak eksternal, hal ini berkaitan tentang prospek perusahaan di masa yang akan datang (*good news*), sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Dengan adanya teori signal ini akan membantu pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal, karena dapat mengurangi asimetri informasi keuangan yang telah dipublikasikan oleh pihak internal perusahaan mengenai kondisi suatu perusahaan terutama pada laporan keuanganya (Jama'an, 2008).

## **2.2 Laporan Keuangan**

### **2.2.1 Pengertian dan Tujuan Laporan Keuangan**

Laporan keuangan merupakan hasil akhir proses akuntansi perusahaan yang berisikan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan yang berguna bagi pihak berkepentingan baik pihak internal maupun eksternal (Munawir, 2010). Laporan keuangan juga merupakan sumber informasi penting mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan, dimana neraca menggambarkan nilai asset, hutang perusahaan dan modal perusahaan pada periode tertentu, dan laporan laba/ rugi perusahaan juga menggambarkan hasil yang telah dicapai selama periode tertentu (Riyanto, 2010).

Laporan keuangan memiliki tujuan untuk menyediakan informasi yang berisikan mengenai posisi keuangan, kinerja perusahaan dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi para *stakeholder*, pada saat mengambil sebuah keputusan ekonomi (Prastowo dan Juliaty, 2010).

### **2.2.2 Karakteristik Laporan keuangan**

Karakteristik kualitatif pada laporan keuangan adalah ciri khas sebuah informasi mengenai laporan keuangan yang bermanfaat bagi para *stakeholder* dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Karakteristik kualitatif pada laporan keuangan meliputi karakteristik yang mudah dipahami, akurat, keandalan, dan dapat dibandingkan (Prastowo dan Juliaty, 2010).

### **2.2.3 Penggunaan Laporan Keuangan**

Menurut Prastowo dan Juliaty, (2010) pengguna laporan keuangan yang meliputi investor maupun calon investor, karyawan, kreditur, pemasok, pemegang

saham, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat. Pengguna laporan keuangan ini berguna untuk memenuhi kebutuhan mengenai informasi yang berbeda, yang terdiri dari :

1. Investor  
Para investor membutuhkan sebuah informasi untuk membantu investor apakah harus membeli, menjual atau menambah saham yang dimiliki perusahaan. Dan investor juga tertarik pada sebuah informasi yaitu dengan cara melakukan penilaian terhadap kemampuan suatu perusahaan dalam membayarkan dividennya.
2. Karyawan  
Karyawan membutuhkan sebuah informasi mengenai stabilitas dan keuntungan yang didapat perusahaan. Dan karyawan juga tertarik pada sebuah informasi yaitu dengan melakukan penilaian terhadap kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan balas jasa, manfaat pensiun, dan kesempatan kerja.
3. Kreditur  
Para kreditur membutuhkan sebuah informasi keuangan secara akurat dengan tujuan memutuskan apakah pinjaman dan bunga dapat dibayar pada waktu yang telah ditetapkan.
4. Pemasok dan kreditur usaha lainnya  
Pemasok dan kreditur usaha lainnya membutuhkan sebuah informasi dengan tujuan untuk memutuskan apakah jumlah hutang yang dipinjam perusahaan akan dibayar pada waktu yang telah ditetapkan.
5. Pemegang saham  
Pemegang saham membutuhkan sebuah informasi tentang kemajuan/ keberhasilan suatu perusahaan, dan pembagian laba yang akan diterima, serta penambahan modal untuk perencanaan bisnis selanjutnya.
6. *Customers* (pelanggan)  
Para pelanggan berkepentingan pada informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya pada waktu yang telah ditetapkan.
7. Pemerintah  
Pemerintah membutuhkan sebuah informasi dalam mengatur aktivitas suatu perusahaan, dan menetapkan kebijakan pajak serta sebagai dasar dalam menyusun statistik pendapatan nasional lainnya.
8. Masyarakat  
Laporan keuangan dapat membantu masyarakat dalam menyediakan suatu informasi mengenai kecenderungan (*trend*) dan perkembangan suatu perusahaan serta berbagai rangkaian aktivitas.

#### **2.2.4 Jenis-Jenis Laporan Keuangan**

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia melalui Standar Akuntansi Keuangan, (2012) jenis-jenis laporan keuangan meliputi :

1. Laporan Neraca  
Laporan neraca adalah laporan sistematis mengenai asset adalah harta yang dimiliki perusahaan, hutang adalah kewajiban pada perusahaan lain yang belum dipenuhi, dan modal adalah hak yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang dapat menunjukkan keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu.
2. Laporan Laba-Rugi  
Laporan laba-rugi merupakan laporan keuangan yang menunjukkan pendapatan dan biaya suatu unit usaha beserta laba-rugi yang diperoleh perusahaan pada waktu tertentu.
3. Laporan Perubahan Posisi Keuangan  
Laporan perubahan posisi keuangan adalah laporan yang meringkas kegiatan-kegiatan pembelanjaan serta investasi yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk pada jumlah dana/ modal yang dihasilkan pada kegiatan usaha suatu perusahaan dalam tahun buku yang bersangkutan dan melengkapi penjelasan mengenai perubahan-perubahan posisi keuangan selama tahun buku yang bersangkutan.
4. Laporan Arus Kas  
Laporan arus kas adalah laporan yang menyajikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan selama periode tertentu.
5. Catatan atas Laporan Keuangan  
Catatan atas laporan keuangan adalah mengenai penjelasan terhadap rincian jumlah yang tertera dalam neraca, laporan laba-rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan ekuitas.

#### **2.3 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap keberhasilan manajemen dalam mengelola suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham (Rosiyana dan Tarnia, 2011). Harga saham mengacu pada harga penutupan dan terjadi pada saat saham diperdagangkan di Bursa Saham (Fakhrudin dan Hadiano, 2001). Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan dari setiap pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan

kemakmuran bagi pemegang saham (Brigham Houston, 2006 dalam Prasetyorini, 2013).

*Price to Book Value* (PBV) adalah alat ukur dalam menilai suatu perusahaan. PBV merupakan hasil perbandingan dari nilai pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham (Hery, 2106). Nilai buku adalah nilai equitas perusahaan, sedangkan nilai pasar adalah nilai hasil kinerja perusahaan, menurut pandangan masyarakat umum nilai pasar dipengaruhi oleh kinerja perusahaan, situasi pasar, kompetisi, perubahan ekonomi dan politik, dan hal-hal lainnya (Mardiyati dkk, 2012). Menurut Eva Eko, (2010) hubungan antara nilai pasar terhadap nilai buku pada perusahaan bisa digunakan sebagai pendekatan alternatif dalam menentukan harga saham perusahaan, karena secara teoritis harga saham harus mencerminkan nilai buku perusahaan. Nilai perusahaan dikatakan baik apabila memiliki nilai PBV ( $>1$ ), maka harga saham perusahaan akan dinilai lebih besar dari nilai buku perusahaan yang menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik dimata investor (Elia Febriana, 2016). PBV penting bagi calon investor maupun investor karena dengan nilai perusahaan yang tinggi membuat investor percaya atas kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang. Hal ini juga menjadi keinginan pemilik perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston, 2004 dalam Pratama Aji, 2016).

## 2.4 *Leverage*

*Leverage* menggambarkan seberapa jauh perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya yaitu melalui hutang (Agus Sartono, 2011). Semakin banyak hutang perusahaan dapat mempengaruhi besar kecilnya profit yang diperoleh pemegang saham, karena kewajiban untuk membayarkan hutang-hutangnya lebih diutamakan daripada membagikan devidennya (Agus Harjito dan Martono, 2010). *Leverage* digunakan sebagai alternatif pendanaan karena dana *internal* perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan operasional perusahaan, sehingga perusahaan tersebut memerlukan tambahan dari dana eksternal dalam bentuk hutang yaitu dengan melakukan pinjaman kepada pihak kreditur (Marlina dan Danica, 2009).

*Debt to Assets Ratio* (DAR) menunjukkan seberapa besar total asset perusahaan didanai oleh kreditur yaitu melalui hutang (Yuniningsih, 2018). DAR menekankan pentingnya sumber pendanaan melalui hutang dengan tujuan menunjukkan persentase pada asset perusahaan yang didukung oleh hutang (I Gusti Made dan Dessy, 2105). Semakin kecil nilai DAR maka menandakan kondisi keuangan perusahaan semakin *solvable*, begitu sebaliknya (Eliyani Susanti, 2018). DAR sangat penting untuk melihat solvabilitas suatu perusahaan. Solvabilitas disini adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban jangka panjangnya (Agus Sartono, 2011). Untuk melihat keamanan dari pihak eksternal perusahaan, rasio ini dikatakan baik jika nilai DAR-nya rendah. Sedangkan untuk pihak internal perusahaan, rasio ini dikatakan baik jika nilai DAR-nya tinggi (Sofyan Syafri Harahap, 2011). Perusahaan yang memiliki nilai

DAR tinggi akan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan pemanfaatan asset yang dikelolanya (Mamduh, 2013).

## **2.5 Ukuran Perusahaan**

*Firm Size* merupakan ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya skala suatu perusahaan yang dilihat dari total asset perusahaan. Semakin tinggi total asset perusahaan, semakin besar skala suatu perusahaan (Ernawati Dewi, 2015). Perusahaan dengan skala besar cenderung menggunakan dana eksternal yang besar pula karena modal yang akan dibutuhkan oleh perusahaan akan semakin tinggi seiring dengan kebutuhan dan perkembangan perusahaan tersebut (Ba-Abbad dan Zaluki, 2012). Ukuran perusahaan juga menggambarkan keamanan suatu perusahaan (Verawati dan Juniarti, 2015). Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur dari total asset perusahaan, karena total asset yang bernilai tinggi dapat disederhanakan dengan logaritma natural (Chen, 2011).

## **2.6 Profitabilitas**

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Kasmir, 2014). Semakin tinggi laba perusahaan mengindikasikan kinerja perusahaan yang baik. Dengan demikian akan menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya dan nilai perusahaan meningkat (Sutrisno, 2011). Profitabilitas merupakan aspek fundamental suatu perusahaan, karena selain memberikan pengaruh besar bagi calon investor yang ingin menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut (Pratama Aji, 2016). Profitabilitas juga merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaannya secara efektif dan efisien (Yuniningsih, 2018). Apabila laba yang dihasilkan perusahaan

semakin baik maka para *stakeholders*, seperti : kreditur, *supplier*, dan investor akan melihat seberapa besar perusahaan tersebut dalam memperoleh keuntungan dari pemanfaatan asset yang telah dikelola perusahaan (Febriansyah Dharmawan, 2015).

*Return On Assets* (ROA) adalah alat ukur dari profitabilitas perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan suatu perusahaan sebagai wujud hasil dari kinerja suatu perusahaan, yang diyakini secara teori dapat mempengaruhi *return* saham perusahaan (Hery, 2016). ROA digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak (*net income*) yang diperoleh dari pemanfaatan asset perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 2010). Nilai ROA dikatakan baik jika nilai ROA lebih besar dari 2% (Lestari dan Sugiharto, 2007). Semakin tinggi ROA, semakin baik kondisi suatu perusahaan dan akan memberikan sinyal yang baik bagi investor dan investor akan menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut (Lestari dan Sugiharto, 2007). ROA juga digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mengelola asset perusahaan dengan tujuan memperoleh laba (Mamduh, 2013). Semakin tinggi nilai ROA, semakin baik suatu perusahaan dalam mengelola assetnya sehingga akan menghasilkan laba yang tinggi. ROA yang bernilai negatif disebabkan laba yang dihasilkan perusahaan dalam keadaan merugi. Hal ini disebabkan kinerja perusahaan dalam memperoleh laba belum optimal dalam memanfaatkan asset yang dihasilkan perusahaan (Helmy Fahrizal, 2013).

## 2.7 *Sales Growth*

*Sales growth* adalah pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya (Ali Kesuma, 2009). Pertumbuhan penjualan menjadi peran penting dalam menilai suatu perusahaan, yaitu untuk mengetahui seberapa besar perkembangan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun (Pratama Aji, 2016). Pertumbuhan penjualan adalah keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan yang berkaitan dengan penjualan di masa lalu dan dijadikan prediksi pertumbuhan penjualan di masa mendatang (Taufiiq Habiibulloh, 2018). Perusahaan yang memiliki penjualan bersih yang tinggi, cenderung memilih menggunakan dana internalnya yaitu berupa saham, hal ini untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki penjualan bersih yang rendah akan lebih banyak menggunakan dana eksternal yaitu berupa hutang (Keown *et al*, 2011). *Sales Growth* memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena *Sales growth* ditandai dengan peningkatan pangsa pasar yang berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan sehingga profit yang akan diperoleh perusahaan akan meningkat, dengan begitu investor akan tertarik untuk menginvestasikan modalnya, sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Wela dan Bagus, 2015).

## 2.8 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Febriansyah Dharmawan, (2015)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Size dan <i>Sales Growth</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Tahun 2010-2013	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas</li> <li>2. Size</li> <li>3. <i>Sales Growth</i></li> </ol> <p><b>Dependent :</b></p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Size berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. <i>Sales Growth</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
2	Khumairoh, (2016)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Garment dan Textile Tahun 2011-2015	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Leverage</i></li> <li>2. Profitabilitas</li> <li>3. Ukuran Perusahaan</li> </ol> <p><b>Dependent :</b></p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

Dilanjutkan . . .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3	Atika Suryandani, (2018)	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Property And Real Estate</i> Tahun 2014-2016	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan Perusahaan</li> <li>2. Ukuran perusahaan</li> <li>3. Keputusan investasi</li> </ol> <p><b>Dependent :</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
4	Rifqi Faisal Hargiansyah, (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. <i>Leverage</i></li> <li>3. Profitabilitas</li> </ol> <p><b>Dependent :</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

Dilanjutkan . . .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5	Dea Fitriyana, (2018)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Property and Real Estate</i> Tahun 2014-2016	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur Modal</li> <li>2. Profitabilitas</li> <li>3. Ukuran Perusahaan</li> <li>4. Likuiditas</li> <li>5. <i>Investment Opportunity Set</i> (IOS)</li> </ol> <p><b>Dependent :</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>5. IOS tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
6	Made Agus Teja Dwipayana, (2016)	Pengaruh <i>Debt to Assets Ratio</i> , <i>Devidend Payout Ratio</i> , Dan <i>Return On Assets</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. DAR</li> <li>2. DPR</li> <li>3. ROA</li> </ol> <p><b>Dependent :</b> Nilai Perusahaan (PBV)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. DAR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. DPR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

Dilanjutkan . . .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6	Made Agus Teja Dwipayana, (2016)	Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2012-2104		3. ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7	Lidya Nafitri Ayu Herawati, (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 Tahun 2012-2015	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. <i>Leverage</i></li> <li>3. Pertumbuhan Penjualan</li> <li>4. Profitabilitas</li> </ol> <p><b>Dependent :</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

Dilanjutkan . . .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
8	Wahyu Nirwana Citra Pertiwi, (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Size, <i>Leverage</i> , dan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2012-2016	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas</li> <li>2. Size</li> <li>3. <i>Leverage</i></li> <li>4. <i>Growth Opportunity</i></li> </ol> <p><b>Dependent :</b></p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Size berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. <i>Growth Opportunity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
9	Nova Surarta, (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2012-2014	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. Pertumbuhan Penjualan</li> <li>3. Profitabilitas</li> <li>4. Struktur Modal</li> </ol> <p><b>Dependent :</b></p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

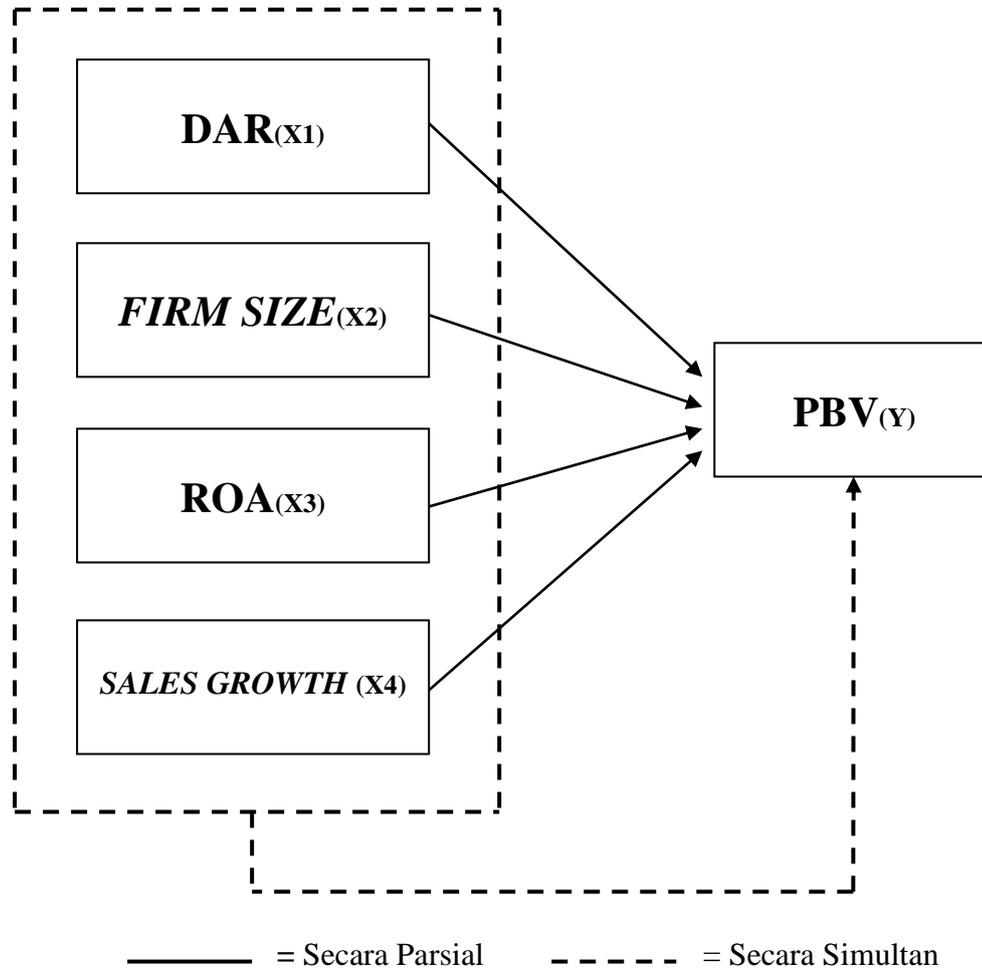
Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9	Nova Surarta, (2015)			4. Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Aulia Nirmala, (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2007-2013	<p><b>Independent :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. Profitabilitas</li> <li>3. Pertumbuhan Penjualan</li> <li>4. Kepemilikan Manajerial</li> </ol> <p><b>Dependent :</b></p> <p>Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

## 2.9 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

### Kerangka Pemikiran



#### Keterangan :

**Y** : *Price to Book Value (PBV)*

**X1** : *Debt to Assets Ratio (DAR)*

**X2** : *Firm Size*

**X3** : *Return On Assets (ROA)*

**X4** : *Sales Growth*

## 2.10 Hipotesis

### 1. *Debt to Assets Ratio (DAR)*

*Debt to Assets Ratio (DAR)* adalah salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage*. DAR menggambarkan seberapa besar total asset didanai oleh kreditur. Semakin tinggi nilai DAR maka semakin besar jumlah modal yang digunakan sebagai modal investasi pada asset perusahaan guna menghasilkan laba bagi perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat. Hasil penelitian Khumairoh, (2016), Made Agus Teja Dwipayana, (2016), Nova Sukaria, (2015), dan Lidya Nafitri Ayu Herawati, (2017), menyatakan bahwa DAR berpengaruh signifikan terhadap PBV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : DAR berpengaruh signifikan terhadap PBV**

### 2. *Ukuran Perusahaan (Firm Size)*

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total asset perusahaan. Perusahaan yang memiliki total asset yang lebih besar menunjukkan perusahaan telah mencapai tahap pendewasaan dimana perusahaan memiliki arus kas yang positif dan memiliki prospek yang baik di masa mendatang dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain itu juga perusahaan dengan ukuran yang besar relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih dibandingkan perusahaan yang memiliki total asset yang kecil, sehingga investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Hasil Penelitian Febriansyah Dharmawan, (2015), Khumairoh, (2016), Wahyu

Nirwana Citra Pertiwi, (2018), Aulia Nirmala, (2016), dan Nova Sukarta, (2015), menyatakan bahwa *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap PBV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Size berpengaruh signifikan terhadap PBV**

**3. *Return On Assets (ROA)***

*Return On Assets (ROA)* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total asset yang dimilikinya. Perusahaan yang memiliki kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan asset perusahaan akan mempunyai kas yang besar pada tahun mendatang, hal ini akan membuat perusahaan untuk terus menempatkan dananya pada pos-pos investasi yang menguntungkan di masa yang akan datang sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Febriansyah Dharmawan, (2015), Aulia Nirmala, (2016), Rifqi Faisal Hargiansyah, (2015), Dea Fitriyana, (2018), Wahyu Nirwana Citra Pertiwi, (2018), Made Agus Teja Dwipayana, (2016), Nova Sukarta, (2015), dan Lidya Nafitri Ayu Herawati, (2017), menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV**

**4. *Sales Growth***

*Sales growth* adalah peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang dengan melihat perubahan total penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menandakan bahwa kondisi perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang, karena

perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menghasilkan laba yang tinggi pula, sehingga akan mendapatkan respon positif dari investor yang berdampak pada meningkatnya nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian Nova Sukarta, (2015), dan Aulia Nirmala, (2016), menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap PBV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap PBV**

**5. Pengaruh *Debt to Assets Ratio, Firm Size, Return On Assets, dan Sales Growth* Terhadap *Price to Book Value***

*Debt to Assets Ratio* (DAR), *Firm Size*, *Return On Assets* (ROA), dan *Sales Growth* akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan, karena besar kecilnya nilai pada variabel DAR, *Firm Size*, ROA, dan *Sales Growth* dapat mempengaruhi nilai PBV yang merupakan alat ukur dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian Febriansyah Dharmawan, (2015), Khumairoh, (2016), Atika Suryandani, (2018), Rifqi Faisal Hargiansyah, (2015), Dea Fitriyana, (2018), Made Agus Teja Dwipayana, (2016), Lidya Nafitri Ayu Herawati, (2017), Wahyu Nirwana Citra Pertiwi, (2018), Nova Sukarta, (2015), dan Aulia Nirmala, (2016), menyatakan bahwa DAR, *Firm Size*, ROA, dan *Sales Growth* berpengaruh terhadap PBV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>5</sub> : Terdapat pengaruh signifikan secara simultan *Debt to Assets Ratio, Firm Size, Return On Assets, dan Sales Growth* Terhadap *Price to Book Value* .**