

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

Pada bab ini menjelaskan tentang teori teori, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas. Teori-teori yang akan dibahas mulai dari tentang pengertian variabel struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, profitabilitas serta nilai perusahaan.

2.1.1 Struktur Kepemilikan

Para peneliti banyak berpendapat bahwa struktur kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh struktur kepemilikan, motivasi pemilik dan kreditur *corporate governance* dalam proses insentif yang membentuk motivasi manajer. Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan akan memiliki motivasi yang berbeda dalam hal mengawasi atau memonitor perusahaan serta mekanisme untuk mengurangi konflik antara manajemen dan pemegang saham. Struktur kepemilikan dipercaya memiliki kemampuan untuk mempengaruhi jalannya perusahaan yang nantinya dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan (Subagyo, Masrurah, & Bastian, 2017).

2.1.1.1 Kepemilikan Manajerial

Para pemegang saham yang mempunyai kedudukan di manajemen perusahaan baik sebagai kreditur maupun sebagai dewan komisaris disebut sebagai kepemilikan manajerial. Kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan disebabkan oleh adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen. Persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode merupakan pengertian lain dari kepemilikan manajerial (Hery, 2017).

Agar kepentingan manajemen dengan pemegang saham sejajar dan ikut merasakan manfaat dari keputusan yang diambil serta menanggung serta merasakan kerugian yang merupakan konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah yang dilakukan oleh kepemilikan manajerial. Dalam hal ini mengartikan bahwa kepemilikan manajerial memiliki arti penting pada struktur kepemilikan perusahaan(Hery, 2017).

Namun, tingkat kepemilikan manajerial yang terlalu tinggi juga dapat berdampak buruk terhadap perusahaan. Dengan kepemilikan manajerial yang tinggi, manajer mempunyai hak voting yang tinggi sehingga manajer mempunyai posisi yang kuat untuk mengendalikan perusahaan, hal ini dapat menimbulkan masalah pertahanan, dalam artian, adanya kesulitan bagi para pemegang saham eksternal untuk mengendalikan tindakan manajer(Hery, 2017).

Mempunyai kepemilikan saham dalam perusahaan akan mengurangi *Agency Cost* sehingga dapat memperbaiki kinerja perusahaan dengan adanya peningkatan yang dilakukan oleh kepemilikan manajerial. Kepemilikan saham yang besar dari segi ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah, maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya oportunistik manajemen akan meningkat. Kepemilikan manajerial terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer adalah juga sekaligus sebagai seorang pemilik (Hery, 2017).

Kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan merupakan pengertian dari kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial bisa diukur dengan cara melihat dari jumlah persentase saham yang dimiliki manajemen. Kepemilikan manajerial bisa dikatakan cukup kuat dalam melaksanakan tata kelola bisnis yang baik (*Good Corporate Governance*) karena mempunyai peran penting untuk melaksanakan *Good Corporate Governance* dengan prinsip yang sudah ada (Pertwi & Pratama, 2012).

Penelitian yang menguji hubungan kepemilikan manajerial dengan *discretionary accrual* dan kandungan informasi laba menemukan bukti bahwa Kepemilikan manajerial berhubungan secara negatif dengan *discretionary accrual*.

Hasil penelitian tersebut juga menyatakan bahwa kualitas laba meningkat karena kepemilikan manajerial tinggi (Subagyo et al., 2017).

Kepemilikan manajemen diukur melalui persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar (Mangantar, 2015). Rumus perhitungan kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut :

$$KM = \frac{\text{Jumlahsahamyangdimilikimanagerial}}{\text{Jumlahsahamyangberedar}} \times 100\%$$

Rumus 2. 1 Perhitungan Kepemilikan Manajerial

2.1.1.2 Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu cara agar manajer tidak berperilaku *opportunistic* yaitu perilaku yang mengeksploitasi peluang keuntungan jangka pendek dengan mengorbankan keuntungan jangka panjang karena jika manajer ikut memiliki saham tersebut, maka manajer akan mengelola perusahaan dengan baik, dengan begitu jika perusahaan tersebut ingin melakukan hutang untuk meningkatkan investasi mereka maka manajer akan berhati-hati karena jika terjadi *financial distress* atau kesulitan dana untuk menutup kewajiban perusahaan atau kesulitan likuiditas yang diawali dengan kesulitan ringan sampai pada kesulitan yang lebih serius, yaitu jika hutang lebih besar dibandingkan dengan aset maka nilai perusahaan akan turun (Dewi et al., 2014).

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Secara umum, perbandingan besar kecilnya suatu objek bisa disebut dengan ukuran. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu perusahaan atau organisasi. Pada dasarnya, ukuran perusahaan terbagi kedalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*)(Hery, 2017).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan sendiri dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Ngurah et al., 2016).

Besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi(Ngurah et al., 2016).

Selain itu, perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap

sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Investor lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar (Hery, 2017).

Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah yang banyak akan lebih mudah memperoleh pinjaman karena jumlah dan nilai aset yang dapat dijaminkan lebih besar. Dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan logaritma natural dari nilai total aset, dengan rumus :

$$SIZE = \ln Total Asset$$

Rumus 2. 2 Ukuran perusahaan

Data mengenai total aset dapat diambil dari jumlah semua aset perusahaan, baik jumlah aset lancar, aset tetap, maupun aset tidak berwujud yang tersedia pada laporan posisi keuangan (Setiawati & Lim, 2018).

2.1.2.1 Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai dari nilai total aset perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik (Ngurah et al., 2016).

Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang besar, sehingga respons yang positif ini

dapat mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aset yang mengalami kenaikan (Hery, 2017).

Menurut (Setiawati & Lim, 2018) perusahaan besar umumnya memiliki akses yang lebih banyak ke pasar modal, sehingga kesempatan untuk memperoleh dana dari luar lebih mudah. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki banyak investor dan akan cenderung mempertahankan kualitas perusahaannya. Perusahaan besar juga cenderung memiliki jumlah aset yang banyak, jumlah aset yang banyak menyebabkan keleluasaan manajemen dalam menggunakan aset untuk meningkatkan nilai perusahaan. banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan juga akan membuat aktivitas operasi lebih efektif. Selain itu, perusahaan yang memiliki jumlah aset yang banyak akan lebih mudah dalam memperoleh pinjaman karena nilai aset yang dipinjamkan lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan ukuran perusahaan kecil. Ukuran perusahaan diukur melalui logaritma natural dari total asset.

Jika ukuran perusahaan besar dapat mencerminkan total asset pada perusahaan dan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya dalam arti bagi perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sri, Dewi, & Wirajaya, 2013).

2.1.3 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas produksinya. Dengan cara menjual produk kepada para konsumennya perusahaan akan menghasilkan keuntungan. Memaksimalkan profit baik profit jangka pendek maupun jangka panjang merupakan tujuan setiap perusahaan. ketika perusahaan memperoleh laba setelah dikurangi biaya biaya operasional tuntutan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan (Hery, 2015).

Rentabilitas disebut juga dengan profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari menukarkan penjualan menjadi laba dan bisa digunakan menjadi arus kas (Sirait, 2016).

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara komponen yang ada di dalam laporan laba rugi atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi. Selain itu, perbandingan juga dapat dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan sebelumnya, atau bisa juga dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industri (Hery, 2015).

2.1.3.1 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan (Kasmir, 2014).Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.3.2 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Biasanya penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui. Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (M.Hanafi & Halim, 2016) :

2.1.3.2.1 Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Asset*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset dan sebaliknya. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset :

2.1.3.2.2 Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

$$\text{Hasil Pengembalian atas Aset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

Rumus 2. 3ROA

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas :

$$\text{Hasil Pengembalian atas Ekuitas} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Rumus 2. 4ROE

2.1.3.2.3 Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor dengan penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang

dimaksud dengan penjualan bersih disini adalah penjualan tunai maupun kredit dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Semakin tinggi margin laba kotor berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena adanya harga jual dan/atau tingginya harga pokok penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rumus 2.5 *Gross Profit Margin*

2.1.3.2.4 Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Semakin tinggi marjin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin

rendah marjin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba kotor atau tingginya beban operasional. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional :

$$\text{Marjin Laba Operasional} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rumus 2. 6 *Operating Profit Margin*

2.1.3.2.5 Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Semakin tinggi marjin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih :

$$\text{Marjin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rumus 2. 7 *Net Profit Margin*

2.1.3.3 Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan (dewi, 2013).

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk pencapaian perusahaan yang berasal dari kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan melalui proses kegiatan yang sangat panjang, sejak berdirinya perusahaan sampai dengan saat ini. Jika kesejahteraan pemilik saham meningkat itu merupakan sebuah prestasi untuk perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaannya (Anggrahini, Andini, & Hartono, 2018).

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan setiap perusahaan. Tujuan dipergunakan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan menjadi lebih makmur atau menjadi semakin kaya. Tingginya kemakmuran para pemegang saham disebabkan oleh tingginya nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Para

pemegang saham berkeinginan nilai perusahaan tinggi karena menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset merupakan kekayaan pemegang saham (Pertiwi & Pratama, 2012).

Rasio penilaian adalah *market value ratio* yang terdiri dari 3 macam rasio yaitu *price earning ratio*, *price/cash flow ration*, dan *price to book value ratio*. *Price earning ratio* adalah rasio harga per lembar saham terhadap laba per lembar saham. Rasio ini menunjukkan berapa banyak jumlah rupiah yang harus dibayarkan oleh para investor untuk membayar setiap rupiah laba yang dilaporkan. *Price/cash flow ratio* adalah harga per lembar saham dengan dibagi oleh arus kas per lembar saham. Sedangkan *price to book value ratio* adalah suatu rasio yang menunjukkan hubungan antara harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku perusahaan (Ngurah et al., 2016)

Berikut adalah rumus untuk mencari *Price to Book Value* :

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ pasar\ per\ lembar\ saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham} \quad \text{Rumus 2. 8PBV}$$

Dalam penelitian (Putra & Lestari, 2016) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas yang besar kecilnya dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Bagus, Pratama, & Wiksuana, 2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan untuk menentukan nilai suatu perusahaan yang dilihat dari total

asset yang dimiliki suatu perusahaan. Selanjutnya faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan, penelitian ini dilakukan oleh (Widianingsih, 2018) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial bisa membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dan pemegang saham dan mengarah ke pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (dewi, 2013) dengan judul pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ta'dir Eko Prasetia, 2014) dengan judul struktur modal, ukuran perusahaan dan resiko perusahaan terhadap nilai perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyimpulkan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan dan resiko perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen perusahaan dan pihak yang terkait memandang pentingnya melihat bagaimana kondisi struktur modal, ukuran perusahaan dan risiko perusahaan secara bersama dalam mengukur nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2014) dengan judul pengaruh struktur kepemilikan dan dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan

menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak dapat mengurangi ketidakselarasan kepentingan antara manajemen dengan pemilik saham sehingga tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan pemantauan yang efektif terhadap manajemen yang dilakukan oleh dewan komisaris dan dapat membantu meminimalkan *agency conflict* yang berdampak pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rudangga, 2016) dengan judul pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lim, 2018) dengan judul analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan dapat menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menarik investor berinvestasi dan akan menaikkan harga saham sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki jumlah aset dalam jumlah yang banyak sehingga menyebabkan keleluasaan manajemen dalam

menggunakan aset perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki utang saat perusahaan mengalami peningkatan laba, kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya akan lebih besar dan memiliki kemampuan untuk membayar utangnya. Sedangkan pengungkapan sosial juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial mendapatkan salah satu manfaat diantaranya adalah kontribusi positif perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial kan mendapatkan *image* positif dari investor.

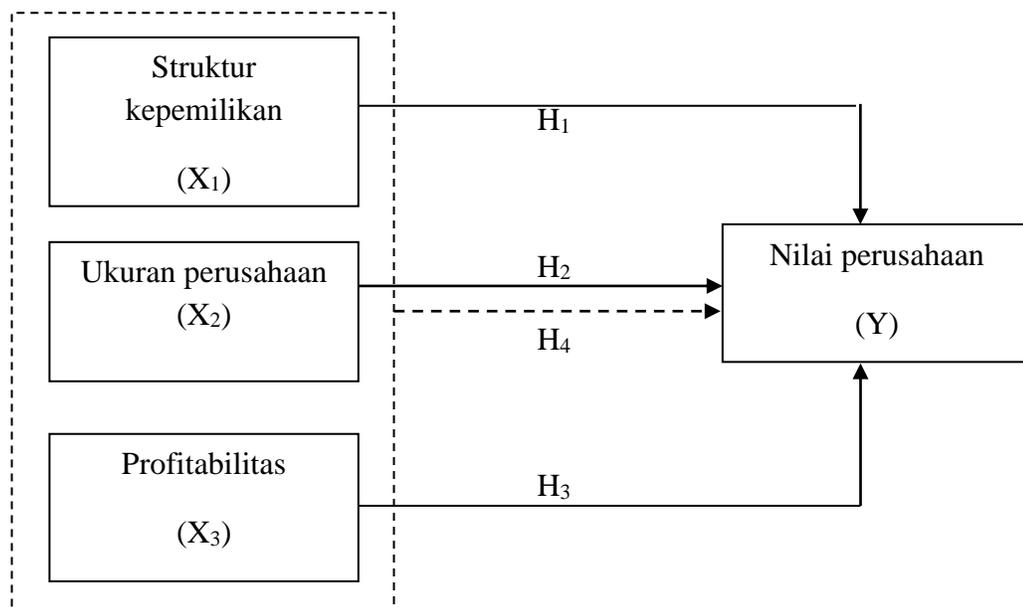
Penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah, 2017) dengan judul *ownership Structure, Firm Value and Growth Opportunities: Malaysian Evidence* menyatakan bahwa struktur kepemilikan, peluang pertumbuhan dan nilai perusahaan memiliki hubungan satu sama lain. Ini dapat dijelaskan dalam situasi di mana mayoritas saham dipegang oleh manajer. Hubungan positif antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan dapat ada ketika manajer melakukan proyek NPV positif. Selain itu, peluang pertumbuhan dianggap sebagai investasi berharga yang kemungkinan akan meningkatkan profitabilitas dan realisasi pertumbuhan untuk perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nzjoka, 2015) dengan judul *corporate Size, Profitability and Market Value: An Econometric Panel Analysis Of Listed Firms In Kenya* dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama adalah bahwa ukuran perusahaan merupakan prediktor positif yang penting profitabilitas diukur dengan ROE. Kedua, disimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan adalah prediktor positif yang relevan dari

profitabilitas diukur dengan ROE. Kesimpulan ketiga adalah bahwa *leverage* keuangan variabel negatif yang signifikan menginformasikan profitabilitas perusahaan yang diukur dalam ketentuan pengembalian ekuitas dan pengembalian aset. Kesimpulan utama adalah bahwa, aset tangibilitas dan leverage keuangan secara signifikan memprediksi pasar negatif nilai yang diukur dalam hal Tobin's Q.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang dapat digunakan untuk merumuskan hipotesis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat (Sujarweni, 2015). Berdasarkan variabel teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan oleh penulis maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁: Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- H₃: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- H₄: Struktur kepemilikan, ukuran perusahaan dan profitabilitas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.