

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Dasar Penelitian

2.2 Nilai Perusahaan

Mengoptimalkan nilai perusahaan benar-benar penting untuk sebuah perusahaan, dikarenakan mengoptimalkan nilai perusahaan mempunyai persamaan tas mengoptimalkan tujuan pokok perusahaan. Nilai daripada perusahaan bisa dikatakan tolak ukur para investor atas kualitas keberhasilan perusahaan yang sering terkait dengan daripada saham. Apabila harga saham suatu perusahaan tinggi itu berarti nilai perusahaannya tinggi. (Martha, Sogiroh, Magdalena, Susanti, & Syafitri, 2018) nilai perusahaan bisa dikatakan nama baik yang didapatkan perusahaan didalam melaksanakan aktivitas perusahaan didalam periode kurun waktu tertentu. Nilai perusahaan baik bisa diartikan sebuah tujuan daripada tiap perusahaan dikarenakan bilamana nilai perusahaan tinggi maka bisa menarik investor guna menanam modal miliknya ke perusahaan.

Menurut (Arifin, 2017) nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang. Pada perusahaan go public, nilai perusahaan akan tercermin pada harga saham perusahaan yang bersangkutan. Kemudian menurut (Sudana, 2011) nilai perusahaan adalah nilai saat ini yang diperoleh dari hasil pendapatan yang diharapkan dapat memperoleh di masa yang akan datang.

(I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019) memberikan definisi mengenai nilai perusahaan yaitu suatu gambaran investor atas sebuah perusahaan yang bersangkutan berdasarkan harga saham. Suatu perusahaan disebut punya nilai yang baik bilamana perusahaan memiliki kinerja yang baik. Makin meningkat harga saham, kemudian makin meningkat pula nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan ambisi daripada pemilik perusahaan, karena berdasarkan nilai yang tinggi, bisa menggambarkan kesejahteraan pemegang saham tinggi.

Berdasarkan uraian nilai perusahaan di atas, bisa disimpulkan bahwasannya nilai perusahaan yakni nilai sebuah perusahaan kini yang bisa memperlihatkan pemasukan perusahaan dimasa mendatang. Makin tinggi nilai perusahaan maka makin sejahtera pula pemilik perusahaan serta investor yang menanamkan modal atas perusahaan tersebut.

2.2.1 Prinsip Penciptaan Nilai Perusahaan

Menurut (Wiyono, 2017) didalam reka cipta nilai perusahaan terdapat lima dasar yang wajib di perhatikan yakni:

1. Manajemen Modal Kerja

Segala sesuatu kegiatan bersifat kritis atas perusahaan yang berjalan yakni memanajemen modal kerja. Bilamana ada kesalahan didalam pengelolaan maka aktivitas operasi perusahaan bisa terjadi gangguan, lebih-lebih bisa mengarah menjadi bangkrut daripada perusahaan tersebut. Maka dari itu, pengelolaan modal kerja amat penting guna keberlangsungan hidup perusahaan supaya berjalan lancar.

2. Manajemen Kas dan Sekuritas

Manajemen kas bisa dikatakan kumpulan kegiatan pengeluaran, pengumpulan, perencanaan, perkiraan, serta investasi kas perusahaan supaya bisa berjalan secara lancar.

3. Manajemen Piutang

Didalam pengelolaan piutang disaat terjadi transaksi penjualan secara kredit supaya bisa melaksanakan penagihan.

4. Manajemen Persediaan

Arah daripada manajemen persediaan yakni supaya perusahaan bisa menyambung kelangsungan usahanya dikarenakan persediaan bisa dikatakan aspek penting didalam manajemen. Manajemen persediaan dilaksanakan supaya persediaan konsisten tersedia didalam kuantitas ataupun akurasi waktu hingga tidak menjadikan penyebab hambatan daripada kelancaran operasional perusahaan.

5. Investasi Pada Aktiva Tetap

Investasi atas aktiva pasti lebih mementingkan atas anggaran modal. Sedang penganggaran modal yakni sebuah prosesi didalam penganalisisan proyek serta dimasukkan ke dalam anggaran modal.

2.2.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

(Sudana, 2011) memberi penjelasan terdapat empat arah perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan yakni:

1. Menaikkan nilai perusahaan disaat ini daripada semua keuntungan yang bisa didapat bagi investor ataupun pemilik saham guna prospek jangka panjang.
2. Memberi pertimbangan atas resiko yang bisa saja terjadi.
3. Arus kas lebih ditekan dibanding laba didalam mengoptimalkan nilai perusahaan.
4. Didalam mengoptimalkan nilai perusahaan, kewajiban sosial tidak terabaikan.

Memaksimalkan nilai perusahaan bisa dikatakan sebuah kunci penting yang wajib dijunjung dari setiap manajemen perusahaan didalam membesarkan nilai perusahaan.

2.2.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan bisa di ukur dengan mempergunakan rasio *Price Book Value* (PBV). (K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020) *Price Book Value* (PBV) meberi definisi yakni rasio yang memperlihatkan seberapa jauh sebuah perusahaan sanggup membentuk nilai perusahaan secara relatif atas kuantitas modal yang diinvestasi. *Price Book Value* (PBV) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Price\ Book\ Value = \frac{Stock\ Price\ Per\ Share}{Book\ Value\ Per\ Share}$$

Rumus 2.1 *Price Book Value*

2.3 Likuiditas

(Jariah, 2016) likuiditas merupakan rasio yang memberi informasi mengenai jenjang kapabilitas perusahaan didalam melunasi hutang jangka pendeknya. Likuiditas sebuah perusahaan bergantung atas kapabilitas guna memberi perubahan

aktiva non kas ke kas. Likuiditas punya hubungan dengan nilai perusahaan, makin tinggi likuiditas perusahaan, makin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

(Firnanda & Oetomo, 2016) memberi penjelasan mengenai rasio likuiditas yakni rasio yang menjabarkan kapabilitas perusahaan didalam pembayaran kewajiban (utang) jangka pendeknya. Manfaat lainnya daripada rasio likuiditas yakni guna memperlihatkan ataupun memberi kapabilitas perusahaan didalam mencukupi kewajiban saat jatuh tempo, baik kewajiban pada pihak luar perusahaan ataupun didalam perusahaan.

Dalam penelitian ini rasio likuiditas yang dipergunakan peneliti yaitu *Current Ratio* (CR). (Chaya & Prima, 2019) *Current Ratio* (CR) yakni rasio yang mengukur kinerja keuangan neraca likuiditas perusahaan. Dalam bukunya (Hantono, 2018) menjelaskan bahwa *Current Ratio* (CR) memperlihatkan kuantitas kewajiban lancar yang di jamin pembayarannya dikarenakan aktiva lancar. Makin tinggi hasil komparasi aktiva lancar dengan kewajiban lancar, maka makin tinggi pula nilai kapabilitas perusahaan guna mencukupi kewajiban jangka pendek. Untuk mencari *Current Ratio* (CR) kita bisa mempergunakan rumus berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

Rumus 2.2 *Current Ratio*

Keterangan:

- a. *Current Ratio* = aset lancar, yakni pos-pos yang mempunyai umur satu tahun atau kurang ataupun siklus operasi usaha normal lebih besar.

- b. **Current Liabilities** = kewajiban lancar, yakni kewajiban pembayaran didalam 1 tahun ataupun siklus operasi normal didalam usaha

Dalam bukunya (Sugeng, 2017) memberi penjabaran yakni rasio tersebut bisa diberi pernyataan baik didalam bentuk angka absolut ataupun yang lebih lazim diberi pernyataan didalam bentuk persentase. Ukuran likuiditas secara umum diberi anggapan cukup ataupun memadai ditinjau daripada rasio lancar yakni 2 atau 200%, yakni dua aset lancar di banding satu utang lancar ataupun satu utang lancar dijamin dengan 2 aset lancar. Akan tetapi, pengukuran cukupan likuiditas ditinjau daripada rasio lancar lebih punya fungsi sebagaimana kaidah umum dikarenakan tidak mengacuhkan kekhususan daripada perusahaan kategoris contohnya perusahaan yang punya asal dari jenis industri definit.

2.3.1 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

(Kasmir, 2014) memberi penjelasan mengenai tujuan serta manfaat likuiditas yaitu:

1. Guna pengukuran kapabilitas perusahaan didalam melunasi kewajiban ataupun utang yang lekas jatuh tempo saat dilakukan penagihan. Maksudnya, kapabilitas perusahaan guna pelunasan kewajiban yang waktunya dibayarkan penetapan batas waktu.
2. Guna pengukuran kapabilitas perusahaan melunasi kewajiban jangka pendek berdasar aktiva lancar secara keseluruhannya. Maksudnya, jumlah kewajiban yang punya umur di bawah satu tahun ataupun sama dengan satu tahun, di banding berdasarkan total aktiva lancar.

3. Guna pengukuran kapabilitas perusahaan didalam membayar kewajiban jangka pendek berdasarkan aktiva lancar tanpa memperkirakan persediaan ataupun piutang. Didalam prihal tersebut aktiva lancar di kurangi persediaan serta utang yang di anggap likuiditas tersebut lebih rendah.
4. Guna pengukuran ataupun memberi bandingan diantara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja atas perusahaan.
5. Guna pengukuran seberapa besar uang kas yang siap guna pembayaran utang.
6. Selaku alat perencana kedepan, yang utama berdasar keterkaitan dengan perencana kas dan utang.
7. Guna memandang keadaan serta posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan memberi bandingan didalam beberapa periode.
8. Guna memandang kelemahan yang dipunyai perusahaan, berdasarkan masing-masing komponen yang tersedia diaktiva lancar serta utang lancar.
9. Menjadikan alat pemicu atas manajemen guna membenahi kinerja, dengan memandang rasio likuiditas yang ada saat ini.

2.4 Profitabilitas

(Cahyani & Wirawati, 2019) memberi penjelasan mengenai profitabilitas ataupun laba yakni pendapatan dikurang beban serta kerugian semasa priode laporan. Analisa tentang profitabilitas amat penting bagi kreditur dan investor ekuitas. Untuk kreditur, laba bisa dikatakan sumber pembayaran bunga serta pokok pinjaman. Sedang untuk investor ekuitas, laba bisa dikatakan satu aspek determinan perubahan nilai efek.

Hal yang paling penting untuk perusahaan yakni bagaimanakah laba itu sanggup mengoptimalkan pemegang saham, serta bukan seberapa banyak laba perusahaan yang dihasilkan.

Profitabilitas perusahaan dapat memberi pengaruh kebijakan investor didalam investasi yang dikerjakan. Kapabilitas perusahaan dalam memberikan laba bakal mampu menarik investor dalam menanam dana guna mengembangkan usaha. Perusahaan dengan tingkat profit yang tinggi bisa disukai oleh investor, dan kemudian tingkat profitabilitas yang rendah bisa menjadi penyebab penarikan dana dari investor (Khuzaini, Artiningsih, & Paulina, 2017).

(Fista & Widyawati, 2017) memberi penjelasan mengenai rasio profitabilitas yakni hasil bersih atas rangkaian kebijakan serta keputusan pengelola. Maka dari itu, rasio tersebut melukiskan hasil akhir daripada kebijakan serta keputusan operasional perusahaan. Umumnya, rasio profitabilitas di hitung berdasarkan pembagian laba dengan modal. Semakin baik rasio profit maka memperlihatkan kapabilitas tinggi didalam mendapatkan laba dan makin tinggi juga nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas yang dipergunakan didalam penelitian tersebut yakni *Net Profit Margin* (NPM), terdapat tiga jenis rasio yang seringkali diperbincangkan dalam rasio profitabilitas yakni, *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), serta *Return On Equity* (ROE).

2.4.1 Net Profit Margin (NPM)

(Hery, 2017) memberikan definisi mengenai *Net Profit Margin* (NPM) yakni rasio yang dipergunakan guna pengukuran persentase laba bersih serta penjualan

bersih. Rasio tersebut di hitung dengan pembagian laba bersih atas penjualan bersih. Laba bersih di hitung sebagaimana hasil pengurangan diantara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak sebelum penghasilan. Pengertian laba sebelum pajak sebelum penghasilan di sini yakni laba operasional ditambahkan pendapatan serta laba lainnya, kemudian di kurangi dengan beban serta kerugian lainnya.

(Sudana, 2011) menjabarkan Rasio tersebut mengukur kapabilitas perusahaan guna menghasilkan laba bersih daripada penjualan yang dilaksanakan perusahaan. Rasio tersebut menjadi cerminan efisiensi semua bagian, yakni pemasaran, personalia, produksi, serta keuangan yang ada dalam perusahaan.

Makin tinggi *Net Profit Margin* (NPM) maka makin tinggi juga laba bersih yang menjadi hasil daripada penjualan bersih. Prihal tersebut bisa menjadikan penyebab dikarenakan tingginya keuntungan sebelum pajak penghasilan. Kebalikannya, makin rendah *Net Profit Margin* (NPM) maka makin rendah juga laba bersih yang menjadi hasil daripada penjualan bersih. Prihal tersebut biasa menjadi penyebab dikarenakan rendahnya laba sebelum pajak penghasilan. Rumus didalam memperhitungkan rasio *Net Profit Margin* (NPM) adalah sebagai berikut:

$$Net Profit Margin = \frac{Net Profit}{Net Sales} \times 100\%$$

Rumus 2.3 *Net Profit Margin*

Faktor yang sangat berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* dalam perusahaan manufaktur adalah penjualan dan beban. Untuk menghasilkan laba bersih yang tinggi

maka beberapa beban keuangan harus diusahakan berkurang. Pada laba kotor meminimalkan beban umum serta administrasi, beban penjualan dan beban pemasaran, beban/biaya lainnya. Pada laba usaha berusaha mengurangi beban keuangan misalnya mengurangi utang modal dari utang bank dan pajak berdasarkan Analisa melalui jasa akuntan. Jika mengurangi beban bunga maka sumber modal dari perbankan juga harus dikurangi.

Net Profit Margin (NPM) ini menggambarkan efisiensi kinerja suatu perusahaan. Dari *Net Profit Margin* dapat diketahui seberapa besar keuntungan yang didapatkan dari setiap penjualan yang dilakukan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *Net Profit Margin* sangat mempengaruhi nilai perusahaan dimana dengan meningkatnya *Net Profit Margin* akan meningkatkan nilai perusahaan, karena laba yang semakin tinggi akan menarik minat para investor untuk berinvestasi.

2.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat tidak daripada pihak internal saja, melainkan pihak eksternal atau di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan.

Arah penggunaan rasio profitabilitas yang diungkapkan (Kasmir, 2014) yakni:

1. Guna mengukur ataupun menghitung laba yang didapat perusahaan didalam satu periode.
2. Guna memberi penilaian posisi keuntungan perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun saat ini.
3. Guna memberi penilaian atas perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. Guna memberi penilaian besar laba bersih sesuai pajak dengan modal sendiri.
5. Guna pengukuran produktivitas semua dana perusahaan yang dipergunakan baik didalam modal pinjaman ataupun modal sendiri.
6. Guna pengukuran produktivitas daripada semua dana perusahaan yang dipergunakan baik modal sendiri.

Manfaat yang didapat rasio profitabilitas yang diungkapkan (Kasmir, 2014) adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui besar tingkat laba yang didapat perusahaan didalam satu periode.
2. Mengetahui kedudukan laba perusahaan tahun sebelum serta tahun saat ini.
3. Mengetahui kelanjutan keuntungan dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besar laba bersih sesuai pajak atas modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas daripada semua dana perusahaan yang dipergunakan baik modal pinjaman ataupun modal sendiri.

2.5 Pertumbuhan Penjualan

Kenaikan penjualan menjadi cerminan keberhasilan investasi periode masa lalu serta bisa menjadikannya sebagaimana perkiraan pertumbuhan masa mendatang. Pertumbuhan penjualan bisa dikatakan indikator permintaan serta daya saing perusahaan didalam sebuah industri. Tumbuh kembangnya penjualan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. (I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019) pertumbuhan bisa menjadi artian sebagaimana kenaikan besarnya penjualan daripada tahun ke tahun ataupun antar periode.

(Maryanti, 2016) memberi penjabaran mengenai pertumbuhan penjualan yakni perubahan atas kenaikan maupun penurunan penjualan daripada antar tahun yang bisa terlihat atas pelaporan laba rugi perusahaan. Perusahaan yang baik bisa terlihat dari penjualan antar tahun yang mendapat kenaikan, perihal itu mempunyai imbas atas meningkatnya laba perusahaan hingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

Pertumbuhan penjualan gambaran tentang manfaat dari tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan (Oktaviyani & Munandar, 2017). Berdasarkan bertambahnya volume penjualan, lalu perusahaan bisa meningkatkan pendapatan serta keuntungan perusahaan, hingga perusahaan bisa menutupi biaya yang digelontorkan guna operasional perusahaan. Tingkat kenaikan penjualan dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$G = \frac{S1 - S0}{S0} \times 100\%$$

Rumus 2.4 Pertumbuhan Penjualan

Keterangan:

- a. G = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)
- b. S1 = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)
- c. S0 = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode lalu)

Tingkat pertumbuhan penjualan menunjukkan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhannya, suatu perusahaan akan lebih banyak mengandalkan pada modal eksternal. (Arifin, 2017) semakin tinggi pertumbuhan penjualan atau aktiva, semakin besar kebutuhan pendanaan eksternal.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang menjadi bahan pendukung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. (Arifin, 2017) penelitian yang berjudul “Pengaruh Risiko Bisnis, Beban Pajak dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Intervening Pada Perusahaan Properti Yang Tercatat Di BEI” menyatakan struktur modal sebagai mediasi pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Model ini tidak termasuk dalam *mediation*, temuan ini artinya perusahaan-perusahaan sektor properti di Indonesia tidak dipengaruhi interaksi antara pertumbuhan penjualan dan struktur modal.
2. (Astuti & Yadhya, 2019) penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen” menyatakan secara parsial kebijakan dividen, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila semua variabel meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat.
3. (Fista & Widyawati, 2017) penelitian yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif.

4. (I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019) penelitian yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Risiko bisnis mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
5. (Cahyani & Wirawati, 2019) penelitian yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. (Oktrima, 2017) penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011-2015)” menyatakan profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price book value* (PBV) pada PT. Mayora Indah, Tbk. Likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan *price book value* (PBV) pada PT. Mayora Indah, Tbk. Struktur Modal yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan *price book value* (PBV) pada PT.

Mayora Indah, Tbk. Tetapi Profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan *price book value* (PBV) pada PT. Mayora Indah, Tbk.

7. (K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020) penelitian yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI" menyatakan profitabilitas yang diproksikan dengan return on equity (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2016-2018. Likuiditas yang diproksikan dengan current ratio (CR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2016-2018. Kebijakan dividen yang diproksikan dengan dividen payout ratio (DPR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2016-2018.
8. (Pangaribuan, Sihombing, Hasugian, & Purba, 2019) penelitian yang berjudul "Pengaruh Struktur Modal, *Net Profit Margin*, *Earning Per Share* dan *Firm Size* Terhadap *Price Book Value* pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Indonesian Stock Exchange Pada Tahun 2014-2017" menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap *price book value* pada perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di *Indonesian stock exchange* pada tahun 2014-2017, Struktur modal, *Net Profit Margin*, *Earning*

Per Share dan *Firm Size* berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap *price book value* pada perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di *Indonesian stock exchange* pada tahun 2014-2017.

9. (Indriyani, Paramita, & Ariesta, 2018) penelitian yang berjudul “Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” menyatakan Net Profit Margin (NPM) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Profitabilitas memoderasi net profit margin (NPM), memperkuat/positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara simultan perputaran modal kerja dan net profit margin (NPM) mempengaruhi nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Penelitian

2.7.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas bisa dikatakan rasio yang memperlihatkan informasi mengenai tingkat kapabilitas perusahaan didalam membayar kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas berkaitan dengan masalah kapabilitas suatu usaha guna pemenuhan kebutuhan finansialnya yang wajib dipenuhi. Status hutang serta faktor motivasi harus diperhatikan oleh internal perusahaan sebagai dasar pemilihan peraturan guna perkembangan transaksi bisnis setiap tahunnya. Tingkat hutang ataupun akses

keuangan hingga komitmen jangka pendek perusahaan juga wajib menjadi perhatian para pengelola keuangan. Perusahaan dengan hutang keuangan yang tinggi memperlihatkan bahwasannya perusahaan cenderung punya peluang kenaikan yang lebih tinggi. Makin tinggi tingkat likuiditas semakin tinggi nilai perusahaan karena menganggap perusahaan dengan likuiditas yang tinggi memiliki kinerja perusahaan yang baik (Manurung & Herijawati, 2016). Dari definisi diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.7.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kapabilitas perusahaan guna memberikan hasil laba atas tingkat penjualan, aset serta modal tertentu. Terdapat indikator penting bagi investor didalam melihat prospek suatu perusahaan dimasa yang akan datang yakni berdasarkan memandang sejauh mana perkembangan profitabilitas suatu perusahaan tersebut. Makin tinggi perkembangan profitabilitas perusahaan, maka prospek perusahaan dimasa yang akan datang di nilai makin tinggi oleh investor. Manajer keuangan juga wajib memberi perhatian tingkat profitabilitas ataupun kapabilitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Tingkat profitabilitas memberi pengaruh atas persepsi investor mengenai prospek kenaikan perusahaan dikemudian hari. Perusahaan yang punya prospek yang baik di masa depan akan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi. Jadi semakin baik rasio profitabilitas maka memperlihatkan kapabilitas yang tinggi didalam mendapatkan keuntungan dan

makin tinggi pula nilai perusahaan (Jariah, 2016). Berdasarkan definisi di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis kedua yakni:

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.7.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan bisa dikatakan perubahan kenaikan maupun penurunan penjualan tahun ke tahun yang bisa terlihat atas pelaporan laba-rugi perusahaan. Perusahaan yang baik bisa terlihat dari penjualan per-tahunnya yang naik. Pertumbuhan penjualan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan menjadi cerminan keberhasilan investasi periode masa lalu serta bisa dijadikan sebagai prediksi kenaikan masa mendatang. Kenaikan sebuah perusahaan bisa terlihat atas penambahan volume penjualan. Dengan meningkatnya volume penjualan, maka perusahaan bisa menambah hasil pendapatan serta laba perusahaan, hingga perusahaan bisa menutupi biaya yang dikeluarkan guna operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan bisa dikatakan indikator permintaan serta daya saing perusahaan didalam suatu industri (I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019). Dari definisi diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis ketiga yakni:

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

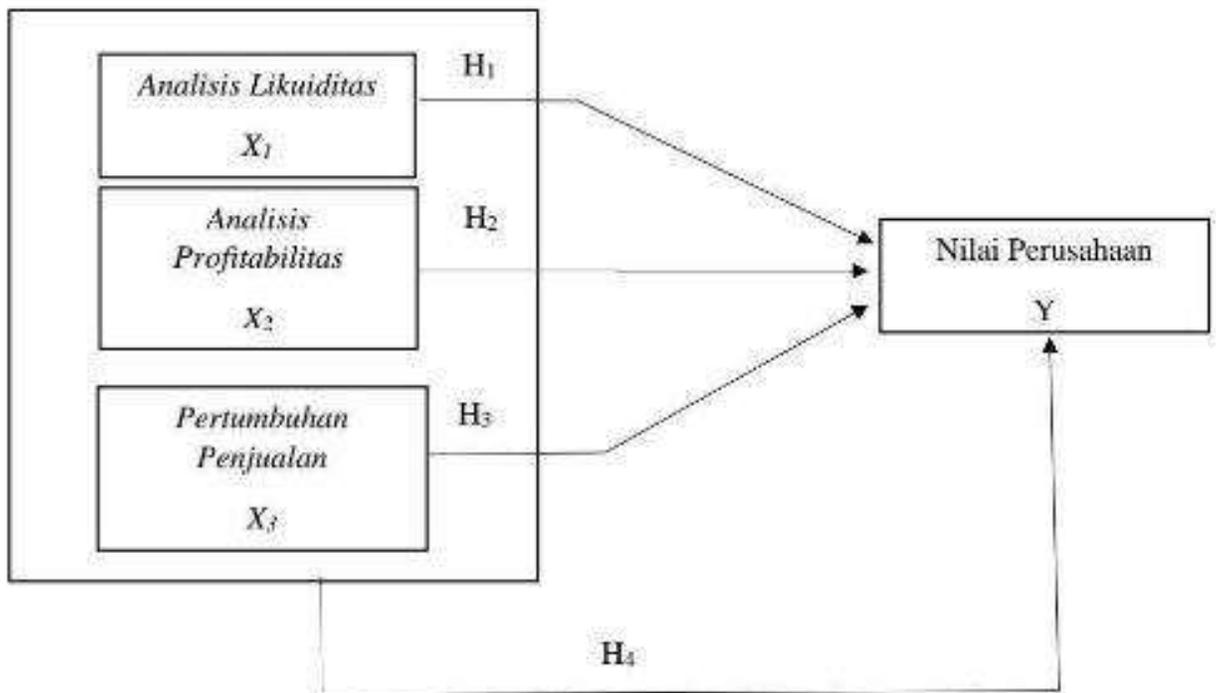
2.7.4 Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai perusahaan

Terdapat faktor yang memberi pengaruh atas nilai perusahaan diantaranya likuiditas, profitabilitas serta pertumbuhan penjualan yang sudah dijabarkan

definisinya diatas, menyatakan bahwasannya ketiga variabel itu punya pengaruh atas nilai perusahaan. Beberapa faktor ini mempunyai korelasi serta keterpengaruhannya atas nilai perusahaan yang tidak konsisten. Nilai perusahaan bisa menjabarkan kondisi perusahaan, berdasarkan nilai perusahaan yang baik, maka perusahaan bisa di pandang baik oleh calon investor. Analisis yang acapkali dipergunakan dalam mengukur kinerja sebuah perusahaan yaitu rasio keuangan. Dengan analisis rasio keuangan bisa mengetahui tingkat likuiditas, profitabilitas serta pertumbuhan penjualan. Berdasarkan diketahuinya tingkat suatu perubahan, maka bisa diketahui juga kapabilitas perusahaan didalam pemenuhan kewajiban jangka pendeknya dengan jaminan harta lancarnya. Jadi dengan mendapati tingkat likuiditas, profitabilitas serta pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan maka bisa diketahui juga kondisi perusahaan tersebut baik maupun buruk hingga bisa diberi perkiraan keberlangsungan hidupan atas perusahaan tersebut (Manurung & Herijawati, 2016). Dari definisi di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis keempat yakni:

H4 : Likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasar kerangka teori yang sudah diungkapkan, bisa dilakukan penyederhanaan didalam bentuk model yang tertera di gambar 2.1 dibawah:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.8 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan kerangka berpikir, lalu hipotesis dalam penelitian tersebut yakni:

- H1 : Rasio likuiditas punya pengaruh signifikansi atas nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di Bursa Efek Indonesia.
- H2 : Rasio profitabilitas punya pengaruh signifikansi atas nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di Bursa Efek Indonesia.
- H3 : Rasio pertumbuhan penjualan punya pengaruh signifikansi atas nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di Bursa Efek Indonesia.

H4 : Rasio likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan punya pengaruh signifikansi atas nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di Bursa Efek Indonesia.