

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 kepemilikan manajemen, Ukuran perusahaan, Profitabilitas serta Nilai Perusahaan.

2.1.1 Kepemilikan

Para peneliti banyak berpendapat bahwa kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh struktur kepemilikan, mempengaruhi jalannya perusahaan yang nantinya dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan (Subagyo et al., 2017).

2.1.1.1 Kepemilikan Manajemen

Para pemegang saham yang mempunyai kedudukan di manajemen perusahaan baik sebagai kreditur maupun sebagai dewan komisaris disebut sebagai kepemilikan manajemen. 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.

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 :

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

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 *Opngan jangka pan japorportunistic* 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 juga jika perusahaan ingin melakukan hutang untuk meningkatkan investasi mereka maka manajer kan 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 asset maka nilai perusahaan akan turun (L. C. Dewi et al., 2014).

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Secara umum, perbandingan dalam besar kecilnya suatu objek bias 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 yang mana dapat digambarkan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total asset, jumlah penjualan, rata rata total penjualan dan rata rata total aktiva. Jadi ukuran perusahaan itu merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan sendiri dapat dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Ngurah et al., 2016).

Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar akan memiliki resiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki control yang lebih baik terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. 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 yang kecil (Hery, 2017).

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

$$SIZE = Ln \text{ Total Asset}$$

Rumus 2. 2 Ukuran perusahaan

Data mengenai total asset dapat diambil dari jumlah semua asset perusahaan, baik jumlah asset lancar, asset tetap, maupun asset 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 asset 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 respon yang positif ini dapat mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total asset yang mengalami kenaikan (Hery, 2017).

Menurut (Setiawati & Lim, 2018) semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang yang besar cenderung memiliki akses yang lebih banyak ke pasar modal, sehingga kesempatan memperoleh dana dari luar lebih mudah secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki banyak investor dan akan cenderung mempertahankan kualitas perusahaannya. Perusahaan yang besar cenderung memiliki asset yang banyak juga, jumlah asset yang banyak dapat menyebabkan keleluasaan manajemen dalam menggunakan asset untuk meningkatkan nilai perusahaan. Banyaknya jumlah asset yang dimiliki perusahaan juga akan membuat aktivitas operasi lebih efektif. Selain itu, perusahaan juga memiliki jumlah asset yang banyak akan lebih mudah dalam memperoleh pinjaman karena nilai asset yang dipinjamkan lebih besar jika dibandingkan dengan 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 memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya yang artinya bagi perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sri et al., 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 tersebut 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, 2017)

Rentabilitas disebut juga dengan profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari menukarkan penjualan menjadi laba dan bias digunakan menjadi arus kas (Sirait, 2016). Profitabilitas salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bias menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio rasio keuangan. Profitabilitas dapat mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara komponen yang ada didalam 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 dapat juga dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan

sebelumnya, atau bias juga dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industry (Hery, 2017)

2.1.3.1 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Rasio ini tidak berguna hanya 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 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. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset :

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

Rumus 2. 3 ROA

2.1.3.2.2 Hasil Pengembalian atas Ekuitas (Return on Equity)

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. 4 ROE

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 :

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

Rumus 2. 7 Net Profit Margin

2.1.3.3 Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas yang tinggi dapat mencerminkan kemampuan suatu 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 yang berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Sri et al., 2013)

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, sejak dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan bagi para pemilik juga akan meningkat. Dapat kita ketahui cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen asset dilihat dari kekayaan pemegang saham dan perusahaan yang direpresentasikan oleh harga pasar sahamnya (Rinnaya, 2016).

Memaksimalkan nilai perusahaan ataupun memaksimalkan kemakmuran bagi para pemegang saham merupakan tujuan setiap perusahaan. Tujuan

dipergunakan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan menjadi lebih makmur atau menjadi semakin jaya. Tinggi 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 merupakan asset 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* :

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Rumus 2. 8 PBV

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 et al., 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 kepemilikan manajemen, 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 (Gede Eka Kurniawan & Putra, 2019) dengan judul pengaruh profitabilitas, kebijakan utang, dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas positif terhadap nilai perusahaan. Arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin meningkat profitabilitas maka nilai perusahaan yang akan diperoleh juga akan semakin meningkat. Seperti yang dijelaskan di teori sinyal yang dimana menjelaskan bagaimana perusahaan tersebut mengeluarkan sinyal berupa informasi yang dapat menjelaskan keadaan perusahaan tersebut. Sinyal ini yang dapat membantu investor dalam memperkirakan kondisi suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi yang dikeluarkan berupa informasi tentang kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (devideaayu,2019) dengan judul pengaruh profitabilitas, leverage,dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.Memiliki hasil laba kalau dilihat cukup baik, memenuhi kategori keuangan dan kinerja yang baik menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh menunjukkan total asset dan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan bukan menjadi dalam pertimbangan investor untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (L. S. Dewi & Abundanti, 2019) dengan judul pengaruh profitabilitas,kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian dilakukan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena disini menunjukkan semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat kepemilikan manajerial disimpulkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi kepemilikan manajerial di sebuah perusahaan maka nilai perusahaan tersebut akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dhani, 2017) dengan judul pengaruh pertumbuhan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Menyimpulkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan informasi mengenai struktur modal tidak bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan.Semakin tinggi struktur modal tidak terlalu berpengaruh terhadap

peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi yang dapat digunakan dalam memprediksi nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

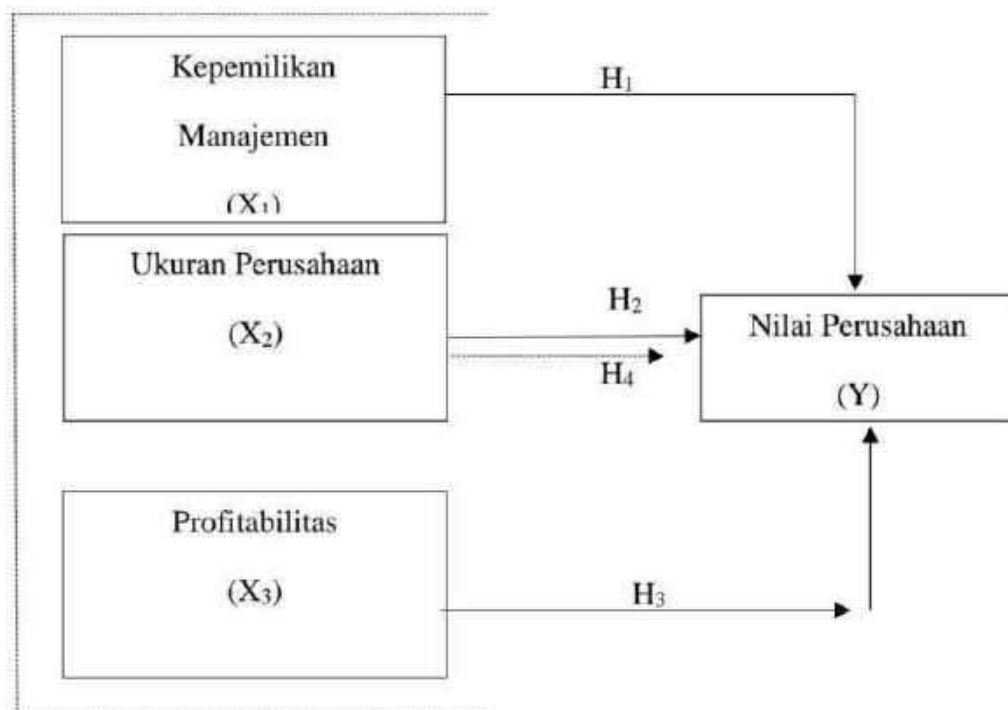
Penelitian yang dilakukan oleh (Suastini et al., 2016) dengan judul kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepemilikan manajerial perusahaan maka nilai perusahaan tersebut akan semakin meningkat profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena semakin tinggi nilai profitabilitas sebuah perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Haryadi, 2016) dengan judul pengaruh *size* perusahaan, keputusan pendanaan, profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Menyimpulkan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena besarnya total aktiva sebagai ukuran perusahaan belum memberikan dapat memberi keyakinan pada investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola asset yang ada, sehingga ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini membuktikan jika profitabilitas atau keuntungan perusahaan naik, maka akan meningkatkan nilai suatu perusahaan, begitu sebaliknya apabila profitabilitas atau keuntungan perusahaan turun, maka nilai perusahaan itu akan turun juga.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kayobi & Anggraeni, 2015) dengan judul pengaruh *debt to equity ratio*(DER), *debt to total asset* (DTA), dividen tunai, dan ukuran perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh karena semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan belum tentu ikut semakin naik ataupun tinggi. Perusahaan memungkinkan pemegang terkadang tidak terlalu memperhatikan total asset suatu perusahaan, namun pertumbuhan dan peningkatan laba perusahaan menjadi prioritas utama dalam pembelian saham.

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 ini merupakan jawaban sementara terhadap tujuan peneliti yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat (Sujarweni, 2015b). 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 : Kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas bersama sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.