

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) membahas tentang adanya hubungan keagenan antara prinsipal dan agen. Hubungan agensi ada ketika salah satu pihak (*prinsipal*) menyewa pihak lain (*agen*) untuk melaksanakan suatu jasa. Pihak Prinsipal (*investor*) berperan sebagai penyedia sumber daya dan dana yang digunakan oleh pihak manajemen. Pihak manajemen bertanggung jawab penuh dalam kegiatan pengolahan sumber daya dan dana agar dapat memenuhi kepentingan pihak prinsipal. Pihak prinsipal melakukan pengawasan atas kinerja pihak agen melalui laporan kinerja dan keuangan yang disampaikan oleh pihak manajemen. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak untuk kepentingan masing-masing. Agen diasumsikan akan menerima kepuasan tidak hanya dari kompensasi keuangan tetapi juga dari tambahan yang terlihat dalam hubungan suatu agensi, seperti waktu luang yang lebih, kondisi kerja yang menarik dan jam kerja yang fleksibel. Sedangkan prinsipal, diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan

yang diperoleh dari investasi mereka di perusahaan tersebut. Hubungan agensi antara pemilik dan pengelola perusahaan ini seharusnya menghasilkan hubungan simbiosis mutualisme yang dapat menguntungkan semua pihak, khususnya jika setiap pihak menjalankan hak dan kewajibannya secara bertanggungjawab. Namun yang terjadi justru sebaliknya, munculnya permasalahan agensi antara pemilik dan pengelola perusahaan. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (prinsipal) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak (Jensen dan Meckling, 2019). Namun dalam kenyataannya, yang sering terjadi baik manajemen atau manajer perusahaan sering mempunyai tujuan yang berbeda yang mungkin bertentangan dengan tujuan utama antara pihak prinsipal. (Jensen dan Meckling 2019), menyatakan bahwa konflik keagenan disebabkan oleh pembuatan keputusan aktivitas pencairan dana (*financing decision*) dan pembuatan keputusan bagaimana dana tersebut diinvestasikan. Selain itu, perspektif teori agensi laba sangat rentan terhadap manipulasi oleh manajemen. Informasi laporan keuangan yang disampaikan tepat waktu akan mengurangi asimetri informasi yang berkaitan erat dengan *agency theory*. Sehingga dalam hubungan keagenan,

manajemen diharapkan dalam mengambil kebijakan perusahaan terutama kebijakan keuangan yang menguntungkan pemilik perusahaan. Oleh sebab itu sebagai pengelola, manajemen (*agen*) berkewajiban memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan terhadap pemilik (*prinsipal*). Teori keagenan ini dibangun dengan tujuan agar dapat memahami dan memecahkan masalah yang muncul ketika ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak. Kontrak yang dimaksud disini adalah kontrak antara prinsipal (pemberi kerja, misalnya pemegang saham) dengan agen (manajemen). Teori keagenan dapat terjadi jika pihak agen memiliki kelebihan informasi dibandingkan dengan pihak prinsipal dan terdapat perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak, maka akan terjadi prinsipal agent problem dimana agen akan melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya namun merugikan prinsipal.

2.1.2 Nilai Perusahaan

2.1.2.1 Defenisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan operasionalnya yaitu sejak perusahaan didirikan. Tingginya harga saham akan meningkatkan juga nilai

perusahaan dan kemakmuran investor akan semakin tinggi. Suatu perusahaan mempunyai tujuan utama dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut (Gustian, 2017) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut : “Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai saham ”.

Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tumbuh dari harga pasar sahamnya. Menurut (Astuti et al., 2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Dimana semakin tinggi harga saham berarti semakin bertambah kemakmuran pemegang saham. Konsep menambah nilai pemegang saham memerlukan interpretasi baru mengenai strategi manajemen dan rantai nilai, peran strategis berjalan diatas kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mencapai keunggulan kompetitif, dan bertujuan untuk menambah nilai bagi pemegang saham.

Nilai perusahaan adalah sebagai nilai jual sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi yang sedang dijalankan oleh perusahaan (Aulia, 2018). Nilai perusahaan adalah pemahaman investor terkait kesuksesan suatu perusahaan di dalam pengelolaan sumber daya perusahaan tersebut

(veronica claudia, aprilyanti rina, 2022) Nilai perusahaan biasanya dikaitkan dengan harga saham . harga saham yang semakin tinggi diharapkan dapat memberikan pengembalian keuntungan yang besar pada investor percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan masa yang akan datang. Meningkatnya nilai perusahaan membuat kesejahteraan investor pun semakin bertambah.

Berdasarkan beberapa pengertian dan teori dari ilmuwan, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan atau *price book value* merupakan skala dimana mengukur seberapa besarnya perusahaan jika dinilai pada tingkat penjualannya, total ekuitas atau total asetnya. Dimana makin tingginya total asset perusahaan, maka semakin tinggi pula kapabilitas perseroan didalam mempertahankan keberlangsungan hidupnya dan kepercayaan masyarakat terhadap nilai saham pada perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham ataupun pemilik perusahaan (Kasmir, 2018). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harg saham. Memaksimalkan nilai

perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena :

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor resiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.2.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut penilaian. Rasio penilaian adalah suatu resiko untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat atau pada para pemegang saham. Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak majemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share (EPS)*

Menurut (Kasmir, 2017) mendefinisikan *Earning Per Share (EPS)* adalah kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan pemegang sahamnya, maka semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukan.

$$EPS = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

2. *Price Earning Ratio (PER)*

Price Earining Ratio (PER) merupakan perbandingan antara market *price per share* dengan *earning per share*. Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earningratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan di masa mendatang. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings (Harmono, 2018).

$$P/E = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Saham}} \times 100\%$$

3. *Price to Book Value*

Price to Book Value (PBV) yaitu perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* dari suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya dapat mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio nilai perusahaan investor juga dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book value*. Berikut ini rumus nilai perusahaan :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$$

2.1.2.4 Manfaat dan Tujuan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer nilai perusahaan sebagai tolak ukur prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Bagi investor peningkatan

nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Indrarini, 2019).

2.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai perusahaan

2.1.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan sebuah pengelompokan perusahaan kedalam tiga kelompok yaitu, perusahaan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diketahui melalui total asset, total penjualan dan total laba. Perusahaan yang memiliki total asset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama, selain itu perusahaan dianggap relative lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang memiliki total asset yang kecil. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan ukuran besar lebih mudah mendapatkan pendanaan (Wibowo, 2021).

Ukuran perusahaan merupakan faktor yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan komposisi struktur modal untuk memenuhi ukuran atau besarnya aktiva perusahaan. Perusahaan dengan ukuran asset yang besar memiliki peluang lebih luas dalam mencari dana eksternal dibandingkan perusahaan yang memiliki ukuran asset yang kecil karena kreditur berminat memberi pinjaman pada

perusahaan besar (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Sedangkan menurut (Khasanah & Sucipto, 2020) mengatakan bahwa “Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja social perusahaan karena perusahaan yang lebih besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan”.

Nilai suatu perusahaan dapat meningkatkan dan dapat menurun sesuai dengan kinerja suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan dengan kinerja yang baik dan bagus maka nilai dari perusahaan tersebut akan meningkat namun sebaliknya jika kinerja ditunjukan oleh perusahaan buruk maka nilai perusahaan menurun dan jatuh. Suatu perusahaan dikatakan berhasil jika banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan itu. Semakin banyak investor maka semakin meningkat nilai suatu perusahaan yang dapat memberikan keuntungan berlimpah bagi perusahaan tersebut (Indrarini, 2019).

Berdasarkan definisi ukuran perusahaan diatas dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total asset, total penjualan, jumlah laba sehingga mempengaruhi kinerja social perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuanperusahaan.

2.1.3.1.1 Kategori Ukuran Perusahaan

Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan Besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp.10 Miliar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Miliar/tahun.
- b. Perusahaan Menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp.1-10 Miliar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih dari Rp.1 Miliar dan kurang dari Rp.50 Miliar.
- c. Perusahaan Kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki penjualan minimal Rp.1 Miliar/tahun.

2.1.3.1.2 Jenis-jenis Pengukuran` Ukuran Perusahaan

Cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklarifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Lidya Nafitri

Ayu Herawati, 2017). Dalam penelitian ini metode ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *Logaritma natural* (Ln) dari total aktiva. *Logaritma natural* (Ln) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva dibentuk *logaritma natural* yang bertujuan untuk membuat data jumlah aktiva terdistribusikan secara normal.

Metode ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan dapat menggunakan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Ukuran perusahaan dapat mencerminkan dari berbagai hal, salah satunya adalah terlihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena

akan meningkatkan ketertarikan para investor untuk menanamkan modalnya.

2.1.3.2 *Leverage*

Leverage adalah kebijakan yang diambil pihak manajemen perusahaan untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ketiga untuk mendanai operasional perusahaan. Untuk memperoleh sumber pembiayaan tersebut, perusahaan cenderung menggunakan hutang sebagai sumber pendanaannya, karena dengan menggunakan hutang, tujuan perusahaan tercapai.

Leverage menjadi salah satu cara dalam mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan karena *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecil pemakaian hutang yang digunakan untuk pembiayaan asset perusahaan (Reichenbach et al., 2019) Aset sebagai sumber pendanaan yang dapat menimbulkan adanya beban atau biaya bunga dari aktivitas operasional pada perusahaan menjadi penyebab terjadinya *leverage*. Porsi hutang yang lebih kecil dibandingkan modal sendiri dianggap kurang mampu dalam menghasilkan laba dari pada perusahaan yang menggunakan porsi penggunaan hutang lebih besar dibandingkan modal sendiri (Anggita, 2022).

Leverage juga memiliki resiko kerugian. Suatu perusahaan memperoleh keuntungan lebih sedikit dibanding biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan mengurangi laba bersih bagi pemegang saham (Marli, 2018). Sedangkan menurut (Suwardika & Mustanda, 2017) menjelaskan bahwa *leverage* merupakan perusahaan harus menyeimbangkan beberapa utangnya dengan memilih utang yang layak diambil dan dari mana sumber sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang. Sedangkan menurut (Hendayana & Riyanti, 2020) mengemukakan bahwa *Leverage* adalah sumber dana jangka panjang yang tertanam dalam perusahaan dengan jangka waktu lebih dari setahun.

Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi dianggap memiliki motivasi lebih dalam menjalankan kinerja keuangan perusahaannya dengan baik dan perusahaan memiliki semangat dalam meningkatkan laba atau keuntungannya. Menurut (Reichenbach et al., 2019) menyatakan bahwa “ *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan salah satu proksi *leverage* yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. DER dapat menggambarkan kecukupan ekuitas dalam menjamin keseluruhan hutang yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa

Leverage menjadi salah satu cara dalam mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan karena *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecil pemakaian hutang yang digunakan untuk pembiayaan asset perusahaan.

2.1.3.2.1 Faktor yang Mempengaruhi *Leverage*

Menurut (Farizki et al., 2021) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi atas *leverage* adalah sebagai berikut :

1) Tingkat Pertumbuhan Penjualan

Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai dengan menggunakan utang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutup biaya bunga utang.

2) Stabilitas Penjualan

Perusahaan yang penjualannya stabil dapat menggunakan utang yang jumlahnya lebih banyak daripada perusahaan yang penjualannya berfluktuasi. Karena jika perusahaan yang

penjualannya berfluktuasi menggunakan utang yang besar, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan keuangan.

3) Karakteristik Industri

Karakteristik industri dapat dilihat dari berbagai aspek, misalnya apakah perusahaan termasuk dalam industri yang padat modal ?.

4) Sikap Manajemen Perusahaan

Manajer perusahaan yang berani menanggung resiko cenderung mendanai investasi perusahaannya dengan utang yang lebih banyak dibandingkan dengan manajer perusahaan yang tidak menanggung resiko.

5) Sikap Pemberi Bank

Dewasa ini bank dituntut untuk lebih berhati-hati dalam penyalur kredit kepada nasabah atau lebih dikenal dengan sikap prudential.

2.1.3.2.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* (Kasmir, 2017, p. 153) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor)

2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih.

Sedangkan, ada juga beberapa manfaat *leverage* (Kasmir, 2017, p. 154) yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).

3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.

2.1.3.2.3 Pengukuran *Leverage*

Menurut (Khoeriyah, 2020) menjelaskan bahwa *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai utang. Artinya besar jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Dalam penelitian ini *leverage* di ukur dengan *debt to total asset ratio/debt ratio*. Dengan uraian diatas , maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$DebtToTotalAssetRatio = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Berdasarkan uraian di atas menjelaskan bahwa dimana *debt to total asset ratio* menunjukkan perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan membiayai utang. Suatu perusahaan yang memiliki nilai *leverage* yang tinggi bila total asset yang dimiliki perusahaan sedikit dibandingkan dengan jumlah asset kreditor. Maka dari itu, penggunaan *leverage* akan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut sehat atau tidak. Apabila *leverage* semakin besar, maka akan semakin besar pula resiko kegagalan untuk melakukan pembayaran utang kepada kreditor.

2.1.3.3 Return On Asset

Return On Asset merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba. *Return on asset* dianggap sangat penting karena *return on asset* sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat menjadi acuan untuk menilai perusahaan. *Return on asset* merupakan “tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar pula

kemampuan perusahaan untuk membayar dividennya (Indrarini, 2019).

Rasio *return on asset* merupakan pengukuran dalam memperoleh laba dengan menggunakan asset atau modal perusahaan. Dapat dipastikan bahwa semakin tinggi rasio ini adalah semakin baik karena laba yang diperoleh semakin besar. Rasio *return on asset* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Suatu perusahaan pasti bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dengan tingginya tingkat keuntungan atau laba suatu perusahaan maka akan meningkat pula kemakmuran para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan (Purba & Kuncahyo, 2020).

Return On Assets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih (Herry, 2018). Menurut (Kasmir, 2018, p. 201) menyatakan bahwa ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan oleh perusahaan. Sedangkan menurut (Ihsan S. Basalama, 2017) menjelaskan bahwa *Return On Assets* adalah rasio yang melihat sejauh mana investasi yang telah

ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Return On Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio keuangan perusahaan yang bertujuan untuk mengukur dan menentukan suatu kinerja perusahaan dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi tingkat pengembalian asset menunjukkan maka semakin tinggi laba yang dihasilkan dari pemanfaatan asset yang ada. Begitupun sebaliknya, semakin rendah laba yang dihasilkan dari pemanfaatan asset maka semakin kecil nilai presentase tingkat pengembalian asset perusahaan. Oleh karena itu, *return on assets* ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada masa lampau dan kemudian di proyeksikan di masa yang akan datang.

2.1.3.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Return On Asset*

Return on asset (ROA) digunakan sebagai tolak ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan asset yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba. Menurut (Sulasih et al.,

2021) mengemukakan bahwa besarnya ROA dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu :

1. *Turnover* dari *Operating Assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi). Kas, piutang, dan persediaan, perputaran total aktiva maupun perputaran aktiva tetap yang menggunakan bagian dari asset yang dapat mempengaruhi ROA.
2. *Profit Margin* yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam presentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

2.1.3.3.2 Pengukuran *Return On Assets* (ROA)

Return on assets (ROA) merupakan “ Rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penjualan aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Data *return on assets* dapat juga digunakan sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan-kebijakan manajemen. Dimana *return on assets* ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut

sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan (Nafisah et al., 2020) . Rumus perhitungan ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Dalam kesimpulan *return on assets* merupakan rasio yang dilakukan dalam pengukuran ROA yang sering digunakan oleh manajer keuangan perusahaan untuk dapat mengukur efektifitas atas keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan asset perusahaan yang tersedia. Semakin besar nilai ROA, maka menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar. “Nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh aktiva (atau pendanaan) yang diberikan pada perusahaan” (Farizki et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Nilai Perusahaan terus telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulunya adalah penjabaran variabelnya dan perbendaan lainnya adalah sektor perusahaan dan waktu penelitian. Adapun hasil penelitian sebelumnya, yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Sulasih et al., 2021). Karya Riset Mahasiswa Akuntansi Vol 1 No.1	Pengaruh Rasio <i>Leverage</i> , Rasio Pasar, Rasio Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (Y) 2. Rasio <i>Leverage</i> (X1) 3. Rasio Pasar (X3) 4. Rasio Profitabilitas (X4) 5. Ukuran Perusahaan (X5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasio <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 2. Rasio Pasar berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. 3. Rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	(Sutama & Lisa, 2018) Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Vol 10 No.1	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food dan Beverage yang terdaftar di BEI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (Y) 2. <i>Leverage</i> (X1) 3. Profitabilitas (X2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3	(Firdaus & Prastika Rohdiyarti, 2021) Vol 6 No.3	Pengaruh Harga saham , <i>Debt Equity Ratio</i> , <i>Return On Asset</i> , dan <i>Sales Growth</i> terhadap <i>Price Book Value</i> pada perusahaan sektor Pertanian di Bursa Efek Indonesia (2013-2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (Y) 2. Harga Saham (X1) 3. <i>Debt Equity Ratio</i> (X2) 4. <i>Sales Growth</i> (X3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Saham berpengaruh positif terhadap <i>Price Book Value</i>. 2. <i>Debt Equity Ratio</i> berpengaruh positif terhadap <i>Price Book Value</i>. 3. <i>Sales Growth</i> berpengaruh positif terhadap <i>Price Book Value</i>.
4	(Hidayat, 2019) Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi Vol 21 No.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Return On Equity</i> , dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (X1) 2. Ukuran Perusahaan (X2) 3. <i>Return On Equity</i> (X3) 4. <i>Leverage</i> (X4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Return on equity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5	(Farizki et al., 2021) Journal of Economics and Business Vol 5 No.1	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Struktur Aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsector <i>property</i> dan <i>real estate</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (Y) 2. Profitabilitas (X1) 3. <i>Leverage</i> (X2) 4. Ukuran Perusahaan (X3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	(Oktaviarni, 2019) Jurnal Akuntansi Vol 9 No.1	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan di BEI 2014-2016	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan (Y) 2. Profitabilitas (X1) 3. Likuiditas (X2) 4. <i>Leverage</i> (X3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Data diolah, 2023

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori dari penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Markonah et al., 2020) Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi minat investor dalam berinvestasi di sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan yang sangat besar menggambarkan keuangan perusahaan yang baik dan memiliki prospek yang menguntungkan di masa yang akan datang. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Oktaviarni, 2019) dimana semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal dan eksternal. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Oktaviarni,

2019) dan (Sudaryo et al., 2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Pada sebuah perusahaan dikatakan tidak solvable apabila total hutang perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan total asset yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* maka menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur. Hal ini akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* tinggi karena semakin tinggi rasio hutangnya semakin tinggi pula resiko investasinya (Wibowo, 2021).

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Suwardika & Mustanda, 2017) menjelaskan bahwa penggunaan hutang dapat memberikan sinyal positif yang diberikan investor untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini dilakukan (Salanti, 2022) dan (Sutama & Lisa, 2018) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Pengaruh *Return On Assets* terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan nilai perusahaan dapat ditentukan oleh *earnings* power asset perusahaan. Semakin tinggi *earnings* power semakin efisien perputaran asset dan semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Peningkatan *return on assets* perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek

perusahaan semakin baik pula. Hal ini mempengaruhi ekspektasi investor dan akhirnya harga saham yang menjadi komponen nilai perusahaan juga berubah. Banyak riset terdahulu yang mendukung dugaan bahwa *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Hanseto Suhardi, 2020).

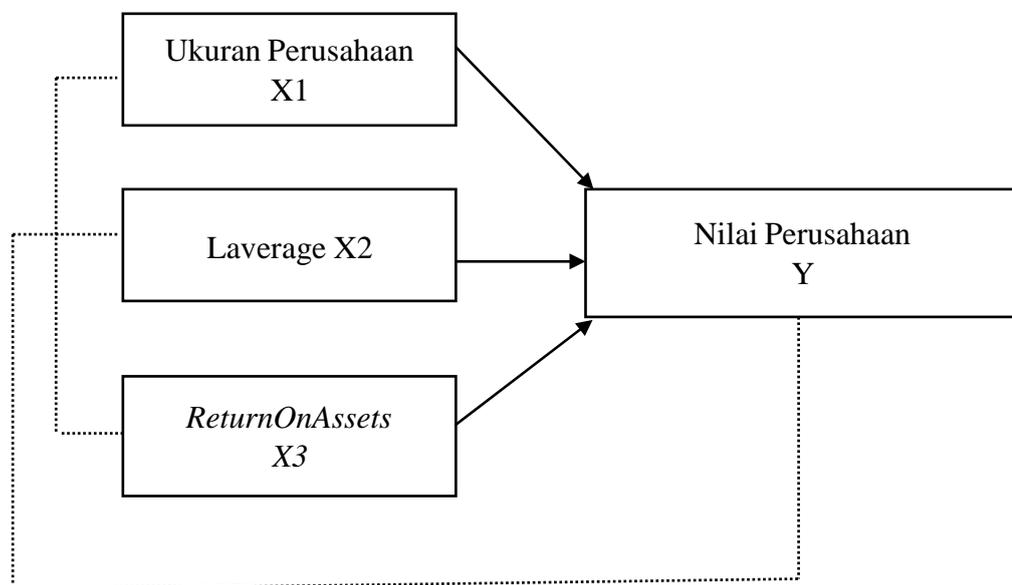
Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Anggita, 2022) menjelaskan bahwa tingkat keuntungan yang bersih mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan membayar dividennya. Semakin besar dividen yang dibagi akan semakin tinggi nilai perusahaan. Hal ini dilakukan (Wibowo, 2021) dan (Anggraeni dan Sulhan, 2021) menjelaskan *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan *Return On Assets* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan harga saham perusahaan di pasar saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value (PBV)*.

Nilai perusahaan merupakan perbandingan antar harga pasar dan nilai buku saham. Untuk perusahaan yang berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio nilai perusahaan maka semakin tinggi perusahaan dinilai dari para pemodal relative dibandingkan dengan dana yang ditanamkan oleh perusahaan. Penelitian ini juga pernah diuji oleh (Intan Bp et al., 2021) dimana hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan *return on assets* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adapun kerangka befikir yang dapat dibuat dalam penelitian ini :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual
Sumber : Data diolah, 2023

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu, adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
2. *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
3. *Return On Assets* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
4. Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan *Return On Asset* berpengaruh Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.