

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menciptakan laba yang berasal dari pembiayaan yang dilakukan, kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar, dan kemampuan perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi pasar usaha.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:19) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Menurut Harahap (2009:304) profitabilitas adalah menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber data yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya.

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2012:196). Menurut Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas juga mempunyai arti

penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Seperti diungkapkan oleh Giulio Bttazi, Angelo Secchi, dan Fedrico Tamagni dalam jurnalnya yang berjudul “*productifity, profitability, and financial performance*” menyatakan bahwa:

A comparative analysis of two crucial dimensions of firms performance: profitability and productifity, and financial indeprdently from the particular sector of activity and from financial conditions, there seems to be weak market preassure and little behavioral inclination for the more effecient and more profitable firms to grows faster”

Maksudnya adalah analisis komparatif memiliki dua dimensi penting dalam kinerja perusahaan yaitu: pertama, Profitabilitas dan kedua, Produktifitas kedua hal tersebut dapat memberikan kecenderungan perilaku untuk perusahaan lebih efisien dan lebih cepat (Entris, 2013). Berdasarkan pendapat para ahli, dapat dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dengan modal sendiri dari aktivitas perusahaan itu sendiri.

Menurut Norma Hidayah dan Dini Widyawati (2016:4), rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk dapat mengetahui kemampuan perusahaan didalam menghasilkan laba selama periode tertentu serta memberikan gambaran mengenai tingkat efektivitas manajemen didalam melaksanakan kegiatan operasinya. Ukuran

profitabilitas dapat dilihat dari berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Analisis profitabilitas sangat penting bagi semua pengguna, khususnya investor ekuitas dan kreditor. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, rasio-rasio keuangan merupakan suatu alat analisis untuk bisa menilai kondisi tersebut. Rasio profitabilitas mengukur efektivitas berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat efektivitas pengolahan (manajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dari investasi. Intinya adalah penggunaan rasio menunjukkan efisiensi perusahaan.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Menurut Kasmir (2012:197-198), tujuan penggunaan rasio profitabilitas pada umumnya bagi perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut Kasmir (2012:197-198) adapun manfaat profitabilitas, yaitu:

1. Analisis kemampuan menghasilkan laba ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu
2. Profitabilitas dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sukses suatu perusahaan
3. Profitabilitas merupakan suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan
4. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen, profitabilitas dapat dimanfaatkan oleh pihak *intern* untuk menyusun target, *budget*, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan.

2.1.1.3 Pengukuran Profitabilitas

Menurut Lawrence J. Gitman (2012) terdapat banyak ukuran profitabilitas, yang keseluruhannya merupakan ukuran untuk mengevaluasi keuntungan perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, tingkat aktiva tertentu, atau investasi. Tanpa laba, perusahaan tidak dapat memperoleh modal dari luar. Pemilik, kreditor, dan kemampuan membayar perusahaan menjadi hal yang sangat penting dalam

meningkatkan laba, dimana hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Ada beberapa cara pengukuran rasio profitabilitas menurut Agus Sartono (2010):

1. *Gross Profit Margin Ratio*

Rasio ini merupakan persentase dari laba kotor dengan penjualan. Semakin besar GPM maka semakin baik keadaan operasi perusahaan karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* lebih rendah dibandingkan *sales*. GPM ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun, begitu pun sebaliknya.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (1)$$

2. *Net Profit Margin*

Merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualannya, rasio ini memberi gambaran tentang laba ntuk pemegang saham sebagai persentase dari penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (2)$$

3. *Return On Equity*

Rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hal pemilik modal sendiri, karena itu dipergunakan angka laba setelah pajak. Rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hal pemilik modal sendiri, karena itu dipergunakan angka laba setelah pajak.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (3)$$

4. *Return On Asset*

Merupakan salah satu rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat pendapatan, aset dll.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (4)$$

Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan (Supriyono, 2011).

Ada beberapa pengukuran rasio profitabilitas perusahaan, dimana masing-masing pengukuran dibandingkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang analis untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan (Windhu, 2013).

Hasil pengukuran profitabilitas dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka lebih bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode, sebaliknya jika gagal atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan. Kegagalan ini harus diselidiki dimana letak

kesalahan dan kelemahannya sehingga kejadian tersebut tidak terulang. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sehingga bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan. Rasio profitabilitas ini sering disebut salah satu alat ukur kinerja manajemen (Syaiful, 2021).

Penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2012) dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut. Untuk mengukur penelitian ini, indikator yang digunakan adalah ROA.

Menurut Pirmatua Sirait (2017:142) pengertian *Return On Assets* (ROA) adalah rasio imbal hasil aset (*return on assets/ROA*) disebut juga rasio kekuatan laba (*earning power ratio*), menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya (aset) yang tersedia.

Adapun menurut Hery (2016:106) mengungkapkan *return on assets* hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih.

Sedangkan menurut V Wiratn Sujarweni (2017:65) *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan neto.

Menurut Eduardus Tandelilin (2010) semakin besar *Return On Assets* yang dihasilkan maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan semakin baik, sehingga kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut juga akan meningkat. Investasi yang meningkat pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Dari beberapa definisi *Return On Assets* (ROA) Diatas dapat disimpulkan bahwa *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio keuangan perusahaan untuk mengukur kekuatan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba sebelum pajak pada tingkat pendapatan, aset dan juga modal saham.

Menurut Hery (2016:106) rumus menghitung *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \dots\dots\dots (5)$$

Menurut Kasmir (2016:202) perhitungan *return on assets* ini dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{total assets}} \dots\dots\dots (6)$$

2.1.2 *Leverage*

2.1.2.1 *Pengertian Leverage*

Leverage adalah tingkat kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset dan atau dana yang memiliki beban tetap (utang dan atau saham khusus) untuk mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan (Arizal, 2020).

Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki, sumber daya yang dimaksud seperti piutang dan modal maupun aktiva (Wiratna V Sujarweni, 2017:61).

Menurut Kasmir (2014:112) *Leverage* menunjukkan sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari *equity* dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

Menurut Agus Harjito dan Martono (2011:315) *leverage* dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap.

Berdasarkan pendapat diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam membiayai aset yang dimiliki dengan menggunakan pinjaman dan bagaimana perusahaan tersebut memenuhi kewajiban-kewajibannya dalam pembayaran pinjaman. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri untuk kegiatan perusahaannya.

Jadi *leverage* timbul jika perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya menggunakan dana pinjaman atau dana yang mempunyai beban tetap. Tujuan perusahaan mengambil kebijakan *leverage* yaitu untuk meningkatkan dan memaksimumkan kekayaan pemilik perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Penggunaan *leverage* yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi, namun semua kebijakan itu tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan. Terdapat beberapa tujuan manfaat *leverage* bagi pihak perusahaan dan pihak di luar perusahaan. Menurut Kasmir (2015:153) tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

- 1) Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
- 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 pengaruh aktiva dibiayai oleh utang.
- 5) Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
- 6) Untuk menilai berapa bagian dari besar rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
- 7) Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan dibagi terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

2.1.2.3 Pengukuran *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2010:120), Kasmir (2013:155) dan Fahmi (2013:127), secara umum terdapat 5 (lima) jenis rasio *leverage* yang sering digunakan oleh perusahaan, diantaranya:

1. *Debt to Total Asset Ratio* (DAR)

Rasio ini juga disebut sebagai *debt ratio*. *Debt ratio* merupakan rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan dengan cara mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. DAR ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots\dots (7)$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. DER ini ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditur. *Debt to Equity Ratio* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (8)$$

3. *Time Interest Earned Ratio*

Rasio ini disebut juga dengan rasio kelipatan. *Time interest earned ratio* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan. *Time interest earned ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga}} \dots\dots\dots (9)$$

4. *Fixed Charge Coverage Ratio*

Rasio ini disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio ini menyerupai *time interest earned rasio*, hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila

perusahaan memperoleh kontrak sewa (*lease contract*). *Fixed charge covarage ratio* ini mengukur sberapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran deviden saham preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa. *Fixed change covarage ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}} \dots\dots\dots (10)$$

5. Long-term Debt to Equity Ratio (LTDtER)

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri atau seberapa besar utang jangka panjang dijamin oleh modal sendiri.

$$LDER = \frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\% \dots\dots\dots (11)$$

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan *Total Debt to Equity Ratio* (DER). Alasan penulis memilih DER karena rasio tersebut dapat mengukur perimbangan antara kewajiban yang dimiliki dengan modal sendiri. Selain itu DER juga dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dengan jaminan modal sendiri.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran

perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Analisa, 2011).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan, yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Maryam, 2014).

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Menurut Hartono (2015:254) ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.

Menurut Brigham dan Houston (2015:25) ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Menurut Ida Ayu dan I Wayan Putra (2016), Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan melihat nilai total aset yang disajikan dalam neraca pada akhir tahun.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan kedalam beberapa skala ukuran diantaranya perusahaan besar, perusahaan sedang dan perusahaan kecil. Skala ini merupakan cerminan dari besar kecilnya aktiva atau total aset yang dimiliki perusahaan.

2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

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

a. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50.000.000.000 per tahun.

b. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1.000.000.000 – Rp. 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1.000.000.000 dan kurang dari Rp. 50.000.000.000.

c. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1.000.000.000 per tahun.

Dari pengungkapan kriteria pengklasifikasian ukuran perusahaan diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah sesuatu yang dapat mengukur atau

menentukan nilai dari besar atau kecilnya perusahaan melalui batas *aset an omset* penjualan yang memiliki sebuah perusahaan.

2.1.3.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Dalam mengukur ukuran perusahaan digunakan aset total (*total assets*) sebagai cerminan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar.

Menurut Werner R. Murhadi (2013:114) ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *log natural*, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)} \quad \dots\dots\dots (12)$$

Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wijaya (2013) mengemukakan bahwa pengukuran variable ukuran perusahaan berdasarkan total aktiva. Menurut Jogyanto (2007:282) menyatakan ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Nilai total asset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variable keuangan lainnya, untuk itu variable asset diperhalus menjadi Log Asset atau Ln Total Asset.

2.1.4 Likuiditas

2.1.4.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Irham Fahmi (2015:65) definisi likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Contoh: membayar tagihan listrik, telpon, air, gaji karyawan, gaji teknisi, gaji lembur, dan sebagainya. Karena itu rasio likuiditas sering disebut dengan *short term liquidity*.

Sedangkan definisi likuiditas menurut Mamduh M. Hanafi dan Halim (2014:37) adalah kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat besarnya aktiva lancar relatif terhadap utang lancarnya.”

Sofyan Harahap (2011:301) rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya, rasio-rasio ini dapat dihubungkan melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar.

Menurut Kasmir (2015:130) Rasio likuiditas atau sering disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek).

Berdasarkan definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek serta tepat waktu dengan melihat aktiva lancar terhadap utang lancar. Likuiditas dipandang sebagai salah satu ukuran kinerja manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas ini cukup memberi manfaat untuk berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, baik pihak dalam maupun pihak luar perusahaan.

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat dari rasio likuiditas menurut Kasmir (2015:132) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek tanpa memperhitungkan persediaan
3. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan jumlah modal kerja perusahaan
4. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang
5. Untuk mengukur seberapa besar perputaran kas
6. Sebagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang
7. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya
8. Sebagai alat bagi pihak luar terutama yang berkepentingan terhadap perusahaan dalam menilai kemampuan perusahaan agar dapat meningkatkan saling percaya.

2.1.4.3 Pengukuran Likuiditas

Likuiditas dapat diukur dengan membandingkan komponen yang ada pada neraca perusahaan yaitu komponen aktiva dengan komponen utang lancar (utang

jangka pendek). Pengukuran ini dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu.

Menurut Kasmir (2018:134) ada tiga jenis pengukuran rasio likuiditas yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu:

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio lancar dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \dots\dots\dots (13)$$

Perhitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar.

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*). Rasio cepat dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}} \dots\dots\dots (14)$$

Dengan kata lain, untuk menghitung *quick ratio*, aset lancar dikurangi dengan nilai persediaan kemudian dibagi dengan total utang lancar.

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas. *Cash ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash-Equivalent}}{\text{Current Liabilities}} \dots\dots\dots (15)$$

Untuk menghitung *cash ratio*, jumlah total kas dan/atau setara kas dibagi dengan total utang lancar.

Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio lancar (*current ratio*). Rasio ini merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini, dapat menunjukkan seberapa jauh tuntutan dari kreditor jangka pendek dapat dipenuhi oleh aktiva yang diperkirakan menjadi uang tunai dalam periode yang sama.

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Masyarakat menilai dengan bersedia

membeli saham perusahaan dengan harga tertentu sesuai dengan persepsi dan keyakinannya.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi harga saham. Harga saham yang tinggi, nilai perusahaan juga tinggi dan dengan otomatis return perusahaan pun akan tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek dimasa depan.

Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat, dan ini adalah tugas dari manajer sebagai agen yang telah diberi kepercayaan oleh pemilik perusahaan untuk menjalankan perusahaannya. (Bambang, 2010)

Menurut Harmono (2011: 233) nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Agus Sartono (2010: 487), nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.

Farah Margaretha (2011: 5) menjelaskan bahwa nilai perusahaan yang sudah *go public* merupakan nilai yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan,

sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual.

Nilai perusahaan disebut nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum, apabila harga saham perusahaan meningkat (Hasnawati, 2013).

2.1.5.2 Jenis-Jenis Nilai dalam Nilai Perusahaan

Menurut Yulius dan Tarigan (2011) terdapat 5 (lima) jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai

entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performan yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.5.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut I Made Sudana (2015:23) rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Menurut Weston J. Fred dan Copeland (2008:244) nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio penilaian *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV) dan *Tobin's Q*. Berikut penjelasan dari rasio-rasio penilaian tersebut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang diperoleh dengan membandingkan harga saham per lembar (yang ditentukan di pasar modal) dengan laba per lembar

atau *earnings per share* (EPS). Semakin tinggi PER, para pemodal memperkirakan pertumbuhan laba perusahaan semakin tinggi. Rumus *price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Laba per lembar saham}} \dots\dots\dots (16)$$

2. Price to Book Value (PBV)

Price to book value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham per lembar dengan nilai buku ekuitas per lembar saham. Semakin tinggi nilai PBV menunjukkan penilaian para pemodal yang makin baik terhadap suatu perusahaan. Rumus *price to book value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share}} \dots\dots\dots (17)$$

3. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan sebagai biaya pengantiannya. Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantikannya saat ini (Margaretha, 2014). Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{ME+DEBT}}{\text{TA}} \dots\dots\dots (18)$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

ME = (Jumlah saham beredar x *closing price*)

DEBT = Nilai buku dari total hutang

TA = Nilai buku dari total aset

Dalam penelitian ini penulis memilih menggunakan PBV dalam mengukur nilai perusahaan. Alasan penulis memilih PBV karena rasio PBV punya peran penting bagi investor yaitu rasio menjadi penilaian pra pemodal mengenai suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV menunjukkan penilaian para pemodal yang makin baik terhadap suatu perusahaan. Menurut I Made Sudana (2011) menyatakan bahwa nilai perusahaan dikonfirmasi melalui *Price to Book Value* (PBV) dengan cara membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku saham perusahaan. Selain itu PBV dapat memprediksi saham-saham yang *undervalued* atau *overvalued* dapat digunakan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga dalam PBV dapat mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham yang merupakan tujuan umum setiap perusahaan.

2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Tri Wahyuni (2013:5) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Investasi

Jika investasi perusahaan bagus maka akan berpengaruh pada kinerja perusahaan, hal ini menjadi respon positif oleh investor dengan membeli saham perusahaan tersebut sehingga harga saham akan naik.

2. Keputusan Pendanaan

Perusahaan yang porsi utangnya tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu membayar kewajiban dimasa yang akan datang sehingga mengurangi ketidakpastian investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian atas modal yang telah disetorkan investor.

3. Kebijakan Dividen

Pembayaran dividen akan meningkatkan pasar terhadap saham perusahaan yang membagikan dividen tersebut, dengan demikian pembayaran dividen berimplikasi terhadap positif terhadap nilai perusahaan.

4. Ukuran Perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar keyakinan investor akan kemampuan perusahaan dalam memberikan tingkat pengembalian investasi. sehingga akan mempengaruhi terhadap nilai perusahaan.

5. Profitabilitas

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para oemegang saham. Sehingga menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Semakin diminantinya saham perusahaan tersebut maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

6. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional memiliki peranan penting untuk memonitor manajer dalam mengelola perusahaan, semakin tinggi persentase kepemilikan institusi maka semakin efisien fungsi monitoring terhadap manajemen dalam memanfaatkan aset

perusahaan serta mencegah pemborosan oleh manajemen. Dengan ini masalah keagenan yang timbul antara pemegang saham dengan manajer dapat diminimalkan. Penilaian investor akan semakin baik pada perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh institusi, dan akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Tujuan kegiatan operasional suatu perusahaan adalah meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari arus pendapatan arus kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang (I Made Sudana, 2011:8). *Price to Book Value* (PBV) digunakan penulis untuk penelitian ini. Cara menemukan/mengukur PBV yaitu dengan membagi harga saham dengan nilai buku per saham. Penulis memilih PBV karena rasio PBV mempunyai peran penting bagi investor yaitu rasio yang menjadi penilaian para pemodal mengenai suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV menunjukkan penilaian para pemodal yang makin baik terhadap suatu perusahaan. Selain itu PBV dapat memprediksi saham-saham yang *undervalued* atau *overvalued* sehingga dapat digunakan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga dalam PBV dapat mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham yang merupakan tujuan umum setiap perusahaan. Selain itu, pada kasus perusahaan yang memiliki *earnings* negatif, maka tidak memungkinkan menggunakan PER, sehingga PBV dapat menutupi kelemahan yang ada pada *price earnings ratio* (Wahyuni, Ernawati & Murhadi, 2013).

Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:19) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan

laba tersebut. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang besar. Semakin besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi tingkat profitabilitasnya. Rasio ini mencerminkan tingkat pengembalian investasi bagi pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi akan menarik minat investor untuk menambah modalnya diperusahaan.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksi dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). Semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dapat membuat profitabilitas perusahaan berarti bagi prospek perusahaan di masa depan semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik dimata investor (Ramadithya, 2018). Terdapat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Michael Hernomo (2017), Ista Yansi Rinnaya, Rita Andini, Abrar Oemar (2016) dan Fakhrana Oktaviani, Yetti Murni, Bambang Supriyanto (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosi dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun dari ketiga hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Retno Wulandari (2013), Mita Tegar Pribadi (2018) dan Bulan Oktrima (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:112) *Leverage* menunjukkan sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari *equity* dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

Leverage dalam penelitian ini diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan seluruh ekuitas serta mampu memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan. Investor cenderung menghindari saham-saham yang memiliki DER yang tinggi karena nilai DER yang tinggi mencerminkan risiko perusahaan yang relatif tinggi (Kasmir, 2012:158). Rasio DER akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana investor akan memilih nilai DER yang tinggi karena menunjukkan kecilnya risiko keuangan yang ditanggung perusahaan. Terdapat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Michael Hernomo (2017) yang menyatakan bahwa *leverage* yang diproksi dengan DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun dari hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Fakhriana Oktaviarni, Yetti Murni, Bambang Supriyanto (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* yang diproksi dengan *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan

maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal.

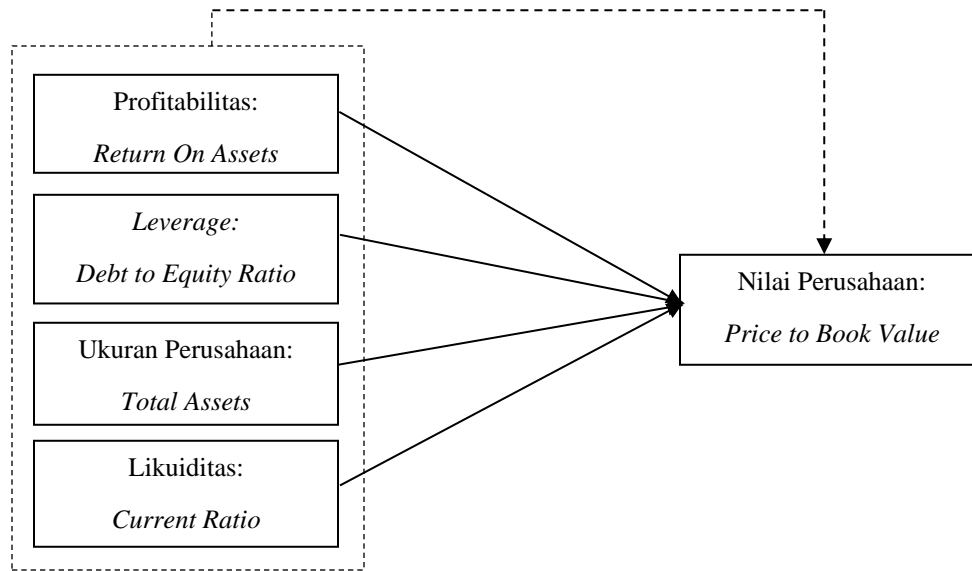
Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Total Asset*. Menurut Werner R. Murhadi (2013:114) ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *log natural*, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Terdapat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Diah Novita Yanti, Ni Putu Ayu Darmayanti (2019), I Ketut Suardana, I Dewa Made Endiana, I Putu Edy Arizona (2020), dan Ayu Anjani, Vaya Juliana Dillak (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ketiga hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Mita Tegar Pribadi (2018) dan Amalia Nur Chasanah (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2015:130) rasio likuiditas adalah rasio likuiditas atau sering disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek). Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan

dengan *current ratio* (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*).

Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut. Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan peranan penting dalam kesuksesan perusahaan (Owolabi, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, yang merupakan rasio antara aktiva lancar dibagi utang lancar (Sukarya, 2019). Terdapat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh AA Ngurah Dhrma Adi Putra, Putu Vivi Lestari (2016), Fakhrana Oktaviarni, Yetti Murni, Bambang Supriyanto (2019) dan I Gusti Ayu Diah Novita Yanti, Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) menyatakan bahwa likuiditas yang diproksi dengan CR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ketiga hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Retno Wulandari (2013), Bulan Oktrima (2017) dan Linda Safitri Dewi, Nyoman Abundanti (2019) menyatakan bahwa likuiditas yang diproksi *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas maka model kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Keterangan:

—→ = Secara Parsial

- - - - -→ = Secara Simultan

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018:63).

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas pada perusahaan sub-sektor *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas pada perusahaan sub-sektor *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.