

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Nilai Perusahaan**

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) dalam Agustina (2013), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Brigham, 2001 dalam Agustina, 2013).

Indikator nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan di pasar yang sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Agustina, 2013).

Dalam menghitung nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini dinilai dapat memberikan informasi paling baik, karena rasio Tobin's Q memasukkan seluruh unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan (Cahyanto, 2014).

Klapper dan Love (2002) dalam Haosana (2012), telah menyesuaikan rumus Tobin's Q dengan kondisi transaksi keuangan perusahaan – perusahaan di Indonesia. Rumus tersebut sebagai berikut:

$$Q = \frac{MVE + Debt}{TA}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar dari jumlah lembar saham yang beredar yang diperoleh dari jumlah saham beredar dikali harga penutupan saham

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

TA = Total aktiva perusahaan

Jika rasio  $Q > 1$ , menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio  $Q < 1$ , investasi dalam aktiva dianggap tidak menarik (Viola Herawaty, 2008 dalam Agustina, 2013).

### 2.1.2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Besar kecilnya perusahaan berpengaruh terhadap kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki risiko lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal tersebut

dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Ukuran perusahaan jika dilihat dari total aktiva yang dipergunakan untuk kegiatan operasi, perusahaan yang memiliki total aset besar akan lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Hal inilah yang membuat investor mau membeli saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Selain itu perusahaan yang besar akan terus mempublikasikan dirinya sehingga investor lebih mengetahui dan akan lebih percaya sehingga permintaan saham pun akan banyak, jika permintaan terhadap saham banyak maka harga saham akan lebih tinggi yang akan mengakibatkan tingginya nilai perusahaan.

### 2.1.3. Profitabilitas

Menurut Prihadi (2010), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba. Sedangkan menurut Nurhayati (2013) dalam Septia (2015), profitabilitas perusahaan adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Para investor membeli saham pada perusahaan yaitu untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi laba suatu perusahaan, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Rasio profitabilitas yaitu mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2011). Secara umum rasio profitabilitas ada empat, yaitu:

#### a. *Gross Profit Margin*

Rasio *gross profit margin* merupakan margin laba kotor (Fahmi, 2011). Gross profit atau laba kotor yang dimaksud disini adalah pendapatan penjualan yang dikurangi dengan Harga Pokok Penjualan (HPP) (Budhi Kho, 2017). Adapun rumus rasio *gross profit margin* yaitu:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan (Fahmi, 2011). Net profit margin biasanya digunakan untuk mengukur sedikit atau banyaknya laba suatu perusahaan. Adapun rumus rasio *net profit margin* yaitu:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

c. *Return On Asset (ROA)*

*Return on Asset (ROA)* merupakan penilaian profitabilitas atas total assets, dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva (Moniaga, 2013). Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Adapun rumus rasio *return on asset* menurut Moniaga (2013) yaitu:

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

d. *Return On Equity (ROE)*

ROE (*return on equity*) merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemilik perusahaan (Senda, 2013). Rasio ini digunakan untuk mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Adapun rumus rasio *return on equity* yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA). Semakin tinggi nilai ROA maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan akan membuat profitabilitas perusahaan tinggi (Septia, 2015). Nilai ROA yang tinggi akan memberikan sinyal yang positif bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk membeli saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun meningkat.

#### **2.1.4. Leverage**

*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76 dalam Novari & Lestari, 2016). Sedangkan menurut Rudangga & Sudiarta (2016), *leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan.

Untuk memperoleh sumber pendanaan, perusahaan dapat mempercayakan sumber pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan, selain itu perusahaan juga dapat memperoleh sumber pendanaan dari

luar perusahaan misalnya hutang dan penerbitan saham (Purnama dan Abundanti, 2014 dalam Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan (Suwardika & Mustanda, 2017).

## 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan nilai perusahaan dijelaskan dalam tabel 2.2.

**Tabel 2.1.**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No.	Judul & Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Oleh : <b>Silvia Agustina (2012)</b>	<b>Variabel Independen:</b> 1. Profitabilitas 2. Pengungkapan Corporate Social Responsibility <b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap perusahaan 2. Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan positif nilai social
2.	PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN	<b>Variabel Independen:</b> 1. <i>Leverage</i> 2. Ukuran Perusahaan	<i>Leverage</i> , pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai

	<p>PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PROPERTI</p> <p>Oleh: <b>I Nyoman Agus Suwardika</b> <b>I Ketut Mustanda</b> (2017)</p>	<p>3. Pertumbuhan Perusahaan</p> <p>4. Profitabilitas</p> <p><b>Variabel</b> <b>Dependen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<p>perusahaan, dimana variabel yang memiliki hubungan positif yaitu <i>leverage</i> dan profitabilitas, sedangkan variabel pertumbuhan perusahaan mempunyai hubungan yang negatif, namun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan</p>
3.	<p>PENGARUH STRUKTUR MODAL, KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)</p> <p>(Studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2008 – 2011 )</p> <p>Oleh : <b>Yandri Arviansyah</b> (2013)</p>	<p><b>Variabel</b> <b>Independen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur Modal</li> <li>2. Kinerja Keuangan Perusahaan</li> <li>3. Pertumbuhan Perusahaan</li> <li>4. Ukuran Perusahaan</li> </ol> <p><b>Variabel</b> <b>Dependen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Kinerja keuangan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
4.	<p>STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN STRUKTUR BIAYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN INDUSTRI KERAMIK,</p>	<p><b>Variabel</b> <b>Independen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur Modal</li> <li>2. Profitabilitas</li> <li>3. Struktur Biaya</li> </ol> <p><b>Variabel</b> <b>Dependen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Struktur biaya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

	PORCELEN DAN KACA PERIODE 2007 – 2011 Oleh: <b>Fernandes Moniaga (2013)</b>		
5.	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PRICE EARNING RATIO DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. Oleh: <b>Bhkti Fitri Prasetyorini (2013)</b>	<b>Variabel Independen:</b> 1. Ukuran Perusahaan 2. Leverage 3. Price Earning Ratio 4. Profitabilitas <b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Price Earning Ratio berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6.	PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KEBIJAKAN DEVIDEN, PROFITABILITAS, <i>LEVERAGE FINANCIAL</i> , DAN <i>INVESTMENT OPPURTUNITY SET</i> TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Oleh: <b>Fransiska Dhoru Senda (2013)</b>	<b>Variabel Independen:</b> 1. Kepemilikan Manajerial 2. Kepemilikan Institusional 3. Kebijakan Deviden 4. Profitabilita 5. <i>Leverage Financial</i> 6. <i>Investment Oppurtunity Set</i> <b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	1. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. Kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 5. <i>Leverage financial</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan 6. <i>Investment opportunity set</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	PENGARUH PROFITABILITAS, KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN, DAN	<b>Variabel Independen:</b> 1. Profitabilitas 2. Keputusan Investasi 3. Keputusan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Keputusan Investasi

	<p>KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</p> <p>Oleh: <b>Ade Winda Septia (2015)</b></p>	<p>Pendanaan</p> <p>4. Kebijakan Dividen</p> <p><b>Variabel Independen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Keputusan pendanaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>
8.	<p>PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, <i>LEVERAGE</i>, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN <i>INVESTMENT OPPORTUNITY SET</i> TERHADAP NILAI PERUSAHAAN</p> <p>Oleh: <b>Eno Fuji Astriani (2014)</b></p>	<p><b>Variabel Independen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemilikan Manajerial</li> <li>2. <i>Leverage</i></li> <li>3. Profitabilitas</li> <li>4. Ukuran Perusahaan</li> <li>5. <i>Investment Opportunity Set</i></li> </ol> <p><b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<p>Kepemilikan manajerial, <i>leverage</i>, profitabilitas, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. <i>Investment opportunity set</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.</p>
9.	<p>PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, <i>LEVERAGE</i>, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PROPERTI DAN <i>REAL ESTATE</i></p> <p>Oleh: <b>Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari (2016)</b></p>	<p><b>Variabel Independen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. <i>Leverage</i></li> <li>3. Profitabilitas</li> </ol> <p><b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan</p>	<p>Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
10.	<p>PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, <i>LEVERAGE</i>, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI</p>	<p><b>Variabel Independen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. <i>Leverage</i></li> <li>3. Profitabilitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai</li> </ol>

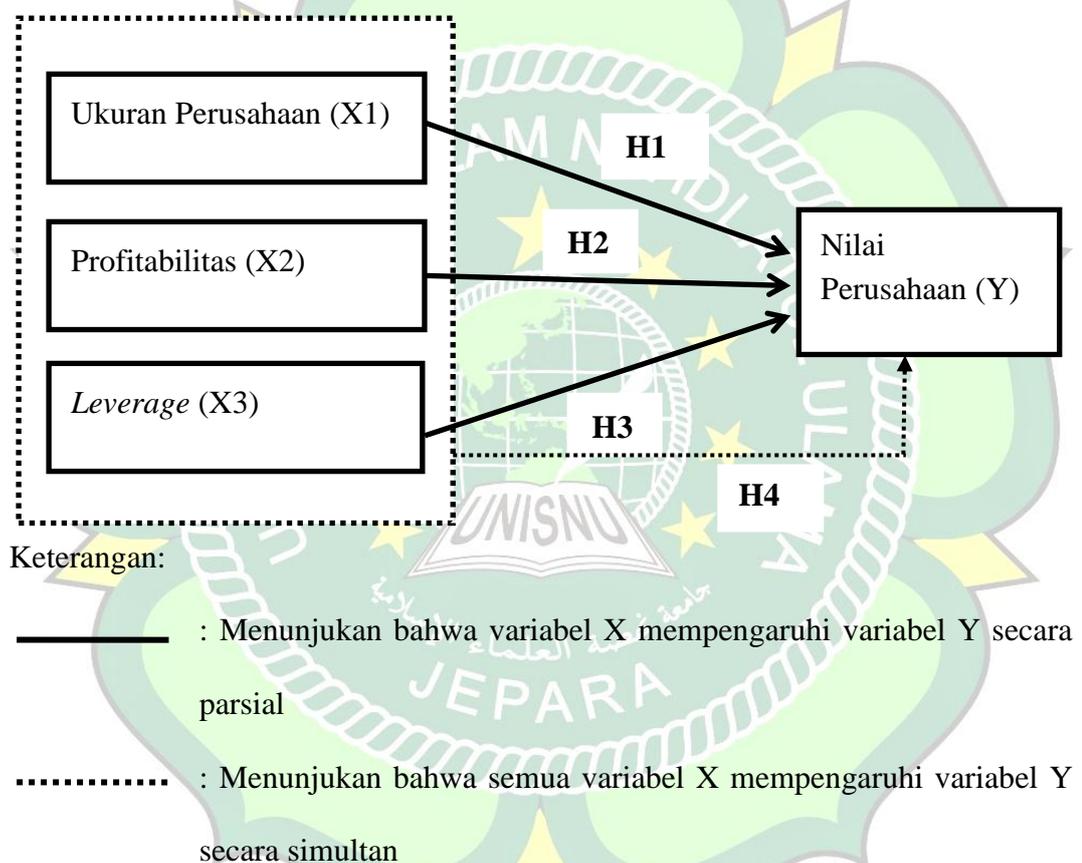
PERUSAHAAN Oleh: <b>I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016)</b>	<b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh terhadap perusahaan	positif nilai
--	---	--	------------------



### 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan secara parsial dan secara simultan. Kerangka teoritis yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



### 2.4. Perumusan Hipotesis

#### 1. Hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan

yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Ukuran perusahaan jika dilihat dari total aktiva yang dipergunakan untuk kegiatan operasi, perusahaan yang memiliki total aset besar akan lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Prasetyorini, 2013). Hal inilah yang membuat investor mau membeli saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Selain itu perusahaan yang besar akan terus mempublikasikan dirinya sehingga investor lebih mengetahui dan akan lebih percaya sehingga permintaan saham pun akan banyak, jika permintaan terhadap saham banyak, maka harga saham akan lebih tinggi yang akan mengakibatkan tingginya nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Prasetyorini (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut ini:

Ha1: Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

## **2. Hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Menurut Prihadi (2010), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh

perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar devidennya, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Kemudian jika permintaan saham meningkat, maka akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk menghitung profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA). Semakin tinggi nilai ROA maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan akan membuat profitabilitas perusahaan tinggi (Septia, 2015).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Septia (2015) dan Senda (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sependapat dengan kedua peneliti tersebut, dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut ini:

Ha2: Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

### **3. Hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan**

*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76 dalam Novari & Lestari, 2016). Penggunaan hutang dapat diartikan oleh investor sebagai

kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban perusahaan dimasa depan sehingga hal tersebut mendapat tanggapan positif oleh pasar.

Perusahaan yang menggunakan hutang dalam operasinya akan mendapat penghematan pajak, karena pajak dihitung dari laba operasi setelah dikurangi bunga hutang. Biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak, sehingga laba bersih yang menjadi hak pemegang saham akan menjadi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan hutang (Meythi, 2012 dalam Arviansyah, 2013).

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba bersih yang menjadi hak pemegang saham akan mendapatkan respon positif oleh pasar, sehingga meningkatkan penilaian pasar yang berdampak pada penawaran harga saham di pasar modal semakin meningkat, jadi penggunaan hutang dapat menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor.

Ini berarti semakin besar *leverage* suatu perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut ini:

Ha3: *Leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

#### **4. Hubungan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak pada nilai total aktiva perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Rasio profitabilitas akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas (Septia, 2015). Jika kemakmuran pemilik perusahaan meningkat, maka akan menarik para investor menginvestasikan modalnya ke perusahaan tersebut.

Perusahaan yang menggunakan hutang dalam operasinya akan mendapat penghematan pajak, karena pajak dihitung dari laba operasi setelah dikurangi bunga hutang. Biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak, sehingga laba bersih yang menjadi hak pemegang saham akan menjadi

lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan hutang (Meythi, 2012 dalam Arviansyah, 2013).

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba bersih yang menjadi hak pemegang saham akan mendapatkan respon positif oleh pasar, sehingga meningkatkan penilaian pasar yang berdampak pada penawaran harga saham di pasar modal semakin meningkat, jadi penggunaan hutang dapat menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor.

Ini berarti semakin besar *leverage* suatu perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut ini:

Ha4: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.