

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

##### **2.1.1. *Signalling Theory***

Merupakan penjelasan dari asimetri informasi. Terjadinya asimetri informasi disebabkan karena pihak manajemen mempunyai informasi lebih banyak mengenai prospek perusahaan. Untuk menghindari asimetri informasi, perusahaan harus memberikan informasi sebagai sinyal kepada pihak investor. Asimetri informasi perlu diminimalkan, sehingga perusahaan go public dapat menginformasikan keadaan perusahaan secara transparan kepada investor. Investor selalu membutuhkan informasi yang simetris sebagai pementauan dalam menanamkan dana pada suatu perusahaan (Fahlenbrach dan Stulz, 2017).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko relatif setiap perusahaan sehingga dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli

oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan. Rasio - rasio dari laporan keuangan seperti Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Total Asset Turnover maupun rasio-rasio lain akan sangat bermanfaat bagi investor maupun calon investor sebagai salah satu dasar analisis dalam berinvestasi (Aggarwal dan Padhan 2017).

Kaitan teori signaling dengan nilai perusahaan, adalah pada sinyal positif yang diharapkan investor terkait dengan aktivitas investasi yang dilakukannya, dengan adanya sinyal yang positif harapannya mampu menarik calon investor lain untuk membeli saham perusahaan, semakin banyak saham dicari investor mampu menaikkan harga saham, dengan harga saham yang meningkat maka nilai perusahaan naik.

### 2.1.2. Nilai Perusahaan

Tujuan utama suatu perusahaan menurut theory of the firm adalah meningkatkan nilai perusahaan (*value of the firm*) tersebut. Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Kusiyah dan Arief, (2017). menyimpulkan bahwa PBV dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan PBV (Kusiyah dan Arief, 2017).

Harga Saham per lembar saham

Nilai Buku per lembar saham

*Price to Book Value* merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Purwohandoko, (2017) secara sederhana

menyatakan bahwa PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. PBV menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai perusahaan dalam bentuk harga terhadap modal yang tersedia. Dengan semakin tinggi PBV berarti perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan nilai dan kemakmuran pemilik. Karena menurut Kusiyah dan Arief, (2017) “semakin besar nilai PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan”.

### 2.1.3. Profitabilitas

Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) terdiri atas dua jenis yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (profitabilitas penjualan) dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi (profitabilitas investasi). Profitabilitas penjualan dirumuskan berdasarkan margin laba kotor dan margin laba bersih (Kusiyah dan Arief, 2017).

$$\text{Rasio margin laba kotor} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rasio ini menjelaskan laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, dikurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio tersebut merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari penetapan harga produk.

$$\text{Rasio margin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Margin laba bersih adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Margin tersebut menjelaskan penghasilan bersih perusahaan per rupiah penjualan.

Dengan mempertimbangkan kedua rasio tersebut bersama-sama, diperoleh pandangan yang mendalam tentang operasi perusahaan. Jika margin laba kotor tidak terlalu banyak berubah sepanjang beberapa tahun, tetapi margin laba bersihnya menurun selama periode waktu yang sama, penyebabnya mungkin biaya penjualan, umum, dan administrasi yang terlalu tinggi dibandingkan dengan penjualannya, atau adanya tarif pajak yang lebih tinggi. Di pihak lain, jika margin laba kotor turun, biaya untuk memproduksi barang meningkat jika dibandingkan dengan penjualan. Kejadian ini bisa disebabkan oleh harga yang lebih rendah atau efisiensi operasi yang lebih rendah (Fahlenbrach dan Stulz, 2017).

Sekitar tahun 1919, Du Pont Company menggunakan pendekatan khusus untuk analisis rasio agar dapat mengevaluasi efektivitas perusahaan. Salah satu variasi dari pendekatan Du Pont memiliki relevansi khusus untuk memahami pengembalian atas investasi perusahaan. Ketika margin laba bersih dikalikan dengan perputaran total aktiva, diperoleh pengembalian atas investasi, atau daya untuk menghasilkan laba (*earning power*) atas total aktiva (Fahlenbrach dan Stulz, 2017).

Baik margin laba bersih maupun rasio perputaran aktiva tidak dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektivitas keseluruhan jika berdiri sendiri. Margin laba bersih (NPM) tidak dapat memperhitungkan penggunaan aktiva, sementara rasio perputaran total aktiva (TATO) tidak memperhitungkan

profitabilitas dalam penjualan. Rasio pengembalian atas investasi, atau daya untuk menghasilkan laba, mengatasi kedua kelemahan tersebut. Peningkatan dalam daya untuk menghasilkan laba perusahaan akan terjadi jika terdapat peningkatan dalam perputaran aktiva, peningkatan dalam margin laba bersih, atau keduanya. Dua perusahaan dengan margin laba bersih dan perputaran total aktiva yang berbeda, dapat saja memiliki daya untuk menghasilkan laba yang sama. Misalnya perusahaan A, dengan margin laba bersih hanya 2 persen dan perputaran total aktiva 10, memiliki daya untuk menghasilkan laba yang sama yaitu 20, dengan perusahaan B yang memiliki margin laba bersih 20 persen dan rasio perputaran total aktiva 1. Bagi setiap perusahaan tersebut, setiap 100 dollar yang diinvestasikan dalam aktiva akan kembali 20 dollar laba setelah pajak per tahunnya (Aggarwal dan Padhan, 2017).

Tesis ini menggunakan variabel dependen ROA – Return on Asset, oleh karena itu dasar teori yang dipergunakan adalah teori rentabilitas atau profitabilitas. Pada dasarnya konsep teori rentabilitas ingin mengungkap pengaruh kebijakan-kebijakan penjualan dan investasi terhadap laba. Dengan dasar itu maka lahirlah Du Pont System yang menjelaskan hubungan penjualan, aktiva, dan laba bersih terhadap tingkat rentabilitas atas investasi yang dilakukan (ROA atau ROI).

Dalam persamaan *Du Pont System* dirumuskan : (Fahlenbrach dan Stulz, 2017).

$$ROA = EAT/NS \times NS/TA$$

$$ROA = EAT/TA$$

ROA diukur melalui perkalian antara hasil bagi EAT dan Nilai Saham dengan hasil bagi Nilai Saham dan Total asset. Berdasarkan perhitungan matematika nilai saham lebur karena menjadi penyebut dan pembilang sehingga rumus ROA disederhanakan menjadi pembagian antara EAT dan total asset.

Secara teoritis, maka penjualan dan asset akan menentukan tingkat ROA. Namun dalam perkembangannya terjadi perubahan yaitu perubahan nilai penjualan dan asset belum tentu diikuti oleh perubahan laba (ROA).Penyebabnya adalah perubahan nilai asset dan penjualan itu disebabkan oleh perubahan harga yang tidak diikuti perubahan tingkat laba yang sebanding.

Beberapa kasus besar di USA membuktikan bahwa perkembangan penjualan yang berlebihan dapat berakibat sebaliknya, bukan perkembangan atau laba yang makin besar tetapi permasalahan keuangan yang muncul. *A firm can rapidly outgrow its cash supply and find itself in serious financial distress because of its success.* Berdasarkan perkembangan terakhir, maka masalahnya bukan memacu penjualan, namun dengan berbagai tingkat penjualan berapa jumlah dana (kas) yang dibutuhkan, berasal dari mana, dan berapa beban yang layak untuk tambahan kas yang dibutuhkan ini. Konsep baru ini disebut dengan “*aditional funds needed*” atau AFN atau dana dari luar yang dibutuhkan.

*Profitability* adalah salah satu rasio rentabilitas yang terpenting digunakan untuk memprediksi harga atau return saham perusahaan publik. Profitability merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan asset yang dimilikinya. Rentabilitas merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk analisis fundamental. Rasio-rasio keuangan yang

digunakan untuk analisis fundamental dapat dikelompokkan dalam 5 jenis yaitu : rasio likuiditas, aktivitas, rentabilitas, solvabilitas dan rasio pasar (Brigham, 2015).

Menurut Weston dan Brigham (2014) seringkali hasil pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil. Meskipun tidak ada justifikasi teoritis akan hal ini, penjelasan praktis akan kenyataan ini adalah bahwa perusahaan yang sangat menguntungkan pada dasarnya tidak membutuhkan banyak pembiayaan dengan hutang. Laba yang ditahan perusahaan yang sangat tinggi sudah memenuhi untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan.

Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi menghubungkan laba dengan investasi. Salah satu pengukurannya adalah tingkat pengembalian atas investasi (*return on investment-ROI*), atau tingkat pengembalian atas aktiva (*return on asset-ROA*) :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

#### 2.1.4. Dividen Payout Ratio

Kebijakan dividen (*dividend policy*) adalah suatu keputusan untuk menentukan berapa besar bagian dari pendapatan perusahaan yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dan yang akan diinvestasikan kembali (*reinvestment*) atau ditahan (*retained*) di dalam perusahaan. Dari pengertian tersebut, kebijakan dividen didasarkan pada rentang pertimbangan antara

kepentingan pemegang saham disatu sisi dan kepentingan perusahaan disisi yang lain (Kusiyah dan Arief, 2017).

Secara umum tidak ada aturan umum yang secara universal dapat diterapkan pada keputusan pemegang saham dan manajemen tentang dividen. Hal terbaik yang dapat dikatakan adalah bahwa nilai dividen tergantung pada lingkungan pengambil keputusan. Oleh karena lingkungan tersebut berubah sewaktu-waktu, seorang manajer dihadapkan dengan tidak relevannya dividen pada waktu tertentu dan dalam waktu tertentu menjadi sesuatu yang utama atau penting.

Dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai kebijakan dividen, dihasilkan beberapa teori yang sampai saat ini dijadikan sebagai referensi dan literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Pendapat dan teori tersebut digunakan sebagai pedoman dan acuan, teori mana yang relevan dan sesuai dengan kebijakan atau kondisi masing-masing perusahaan dan negara (Kusiyah dan Arief, 2017).

#### **2.1.5. Likuiditas**

*Likuiditas* merupakan faktor yang penting yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan besarnya pembayaran dividen kepada pemegang saham. Pembayaran dividen merupakan arus kas keluar, arus kas yang tinggi akan memungkinkan perusahaan lebih berfokus pada pembayaran dividen atau menyelesaikan hutang untuk mengurangi biaya keagenan (Aggarwal dan Padhan (2017). Cash ratio perusahaan yang tinggi, menunjukkan likuiditas perusahaan

meningkat, sehingga antara variabel likuiditas mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Purwohandoko, 2017).

### 2.1.6. *Tangibility asset*

Tangibility asset merupakan rasio antara aktiva tetap dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan struktur aktiva yang fleksibel cenderung menggunakan struktur modal lebih besar daripada perusahaan yang struktur aktivanya tidak fleksibel. Apabila aktiva perusahaan cocok untuk dijadikan agunan kredit, maka perusahaan tersebut akan cenderung menggunakan jumlah hutang yang lebih besar. Aktiva multi guna dapat digunakan untuk tujuan tertentu. Dengan demikian perusahaan yang memiliki aktiva yang dapat digunakan sebagai agunan hutang akan cenderung menggunakan hutang yang lebih besar yang dapat berdampak pada nilai perusahaan (Aggarwal dan Padhan (2017).

## 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

Ringkasan penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dijelaskan seperti pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti / Judul	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Jiekun (2012) Coordination costs, institutional investors, and firm value	Nilai Perusahaan	<i>Institutional ownership</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Institutional ownership</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan</li> </ol>

				terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
2	Norhayati dkk, (2012) Empirical analysis of determinants on dividend payment: profitability and liquidity	Nilai Perusahaan	Profitabilitas, dan likuiditas	1. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
3	Baert dan Vennet (2009) Bank ownership, firm value, and firm capital structure in Europe	Nilai Perusahaan	Likuiditas, profitabilitas, DPR, asset tangibility, total asset turnover dan <i>institutional ownership</i>	1. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Institutional ownership</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan 4. DPR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 5. Asset tangibility berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 6. Total asset turnover berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Kusiyah dan Arief, (2017) The determinants of firm value on commercial banks in Indonesia,” Journal of engineering and applied sciences	Nilai Perusahaan	Profitabilitas, TATO, DPR, Asset tangibility	Profitabilitas yang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, TATO tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, DPR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan asset tangibility berpengaruh signifikan negatif terhadap

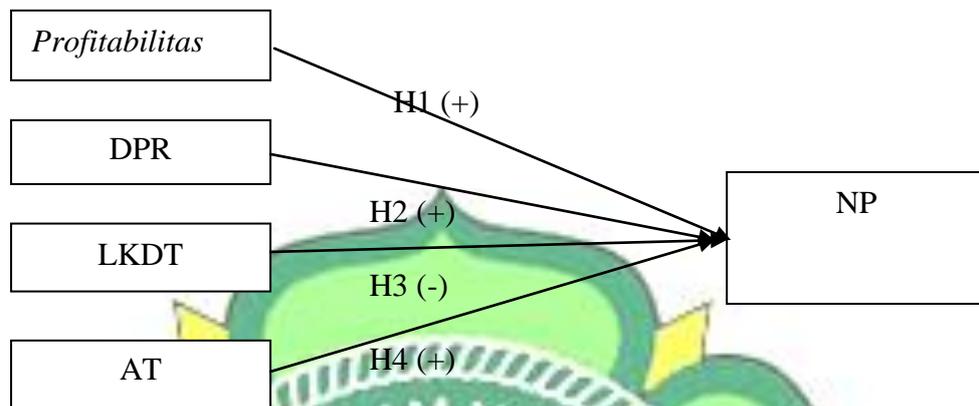
				nilai perusahaan
5	Fahlenbrach dan Stulz, (2017) Managerial ownership dynamic and Firm value	Nilai Perusahaan	Kepemilikan manajemen, profitabilitas, DPR	Kepemilikan manajemen mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, DPR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Aggarwal dan Padhan, (2017) Impact of capital structure on firm value: evidence from Indian hospitality industry	Nilai Perusahaan	Asset tangibility, TATO, Likuiditas, dan DPR	Asset tangibility dan TATO berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Likuiditas dan DPR berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Purwohandoko, (2017) the influence of firm size, growth and profitability on firm value with capital structure as the mediator: A study on the agricultural firms listed in the Indonesian stock exchange	Nilai Perusahaan	Profitabilitas, likuiditas, TATO dan Asset tangibility	Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Profitabilitas, TATO dan Asset tangibility berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber: berbagai jurnal, (2018)

### 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, likuiditas, DPR, asset tangibility digunakan sebagai variabel independen. Pengaruh profitabilitas, likuiditas, DPR, asset tangibility terhadap nilai perusahaan dapat digambarkan sebagaimana nampak pada gambar 2.1 berikut:

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



Keterangan:

1. ROA = Return on asset
2. LKDT= Likuiditas
3. NP= Nilai perusahaan
4. DPR = Dividend Payout Ratio
5. AT = Asset tangibility

## 2.4. Perumusan Hipotesis Penelitian

### 2.4.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total asset yang dimilikinya. Sinyal positif yang ditunjukkan perusahaan melalui tingkat profitabilitas yang tinggi akan

memberikan nilai bagi perusahaan, dimana perusahaan yang *profitable* dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar yang berupa informasi agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Husnan, 2017). Analisis profitabilitas adalah proporsi profit margin dan perputaran aktiva. Komposisi profit margin dan perputaran aktiva berbeda pada setiap perusahaan dan industri, dimana perbedaan tersebut dipengaruhi oleh pembatasan kapasitas dan pembatasan kompetisi. Pembatasan kapasitas perusahaan bergantung pada besarnya intensitas modal, sedangkan pembatasan kompetisi dipengaruhi oleh bentuk kompetisi dalam suatu industri. Hasil penelitian ini didukung secara empirik oleh Norhayati, *et al* (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dimungkinkan terjadinya sentimen positif pada para investor, sehingga harga saham meningkat, meningkatnya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga meningkat (Ayuningtias dan Kurnia, 2013).

Perusahaan yang mempunyai kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimilikinya akan mempunyai kas yang besar pada tahun mendatang, hal tersebut akan membuat perusahaan untuk terus menempatkan dananya pada pos-pos investasi yang menguntungkan di masa mendatang. Hasil penelitian ini didukung secara empirik oleh Kusiyah

dan Arief, (2017) yang menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Logika berpikir yang mengindikasikan adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah perusahaan yang *profitable* mempunyai kemampuan dalam mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu kemakmuran pemegang saham, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar profitabilitas maka kepercayaan investor meningkat, hal ini mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

#### **2.4.2. Pengaruh Dividen Payout Ratio terhadap Nilai Perusahaan**

Tingkat keuntungan yang disyaratkan akan naik apabila pembagian dividen dikurangi karena investor lebih yakin terhadap penerimaan dividen daripada kenaikan nilai modal (*capital gain*) yang akan dihasilkan dari laba yang ditahan. Secara matematis, investor merasa sama saja apakah menerima dividen saat ini atau menerima *capital gain* di masa yang akan datang. Dengan kata lain, tingkat keuntungan yang disyaratkan tidak dipengaruhi oleh *dividen payout ratio*. Investor memandang bahwa satu burung di tangan lebih berharga daripada seribu burung di udara. Disisi lain tidak semua investor berkepentingan untuk menginvestasikan kembali dividen mereka di perusahaan yang sama dengan memiliki risiko yang sama, oleh sebab itu tingkat risiko pendapatan mereka di masa yang akan datang bukannya ditentukan oleh *dividend payout ratio* tetapi

ditentukan oleh tingkat risiko investasi baru, nilai investasi yang meningkat mengindikasikan adanya kenaikan nilai perusahaan (Kusiyah dan Arief, 2017).

Pembayaran dividen sering diikuti oleh kenaikan harga saham. Kenaikan pembayaran dividen dilihat sebagai signal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Sebaliknya penurunan pembayaran dividen akan dilihat sebagai prospek perusahaan yang buruk. Penelitian ini didukung teori *signalling*, dimana sinyal positif yang dilaporkan perusahaan melalui pembagian dividen yang tinggi akan dapat meningkatkan harga saham, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Ayuningtyas dan Kurnia, (2013) menunjukkan bahwa DPR yang tinggi mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini didukung teori *signalling*, dimana sinyal positif yang dilaporkan perusahaan melalui pembagian dividen yang tinggi akan dapat meningkatkan harga saham, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Kusiyah dan Arief, (2017) menunjukkan bahwa DPR yang tinggi mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Logika berpikir yang mengindikasikan adanya pengaruh dividend payout ratio terhadap nilai perusahaan adalah perusahaan yang mampu membagikan dividen menunjukkan adanya kemampuan dalam memberikan kemakmuran bagi investor, hal ini mampu meningkatkan kepercayaan investor, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi DPR maka nilai perusahaan akan meningkat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis 2 sebagai berikut:

H2: Dividend payout ratio berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### 2.4.3. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengembalikan hutang jangka pendek. Penelitian ini didukung teori *signalling*, dimana sinyal positif yang dilaporkan perusahaan melalui tingkat likuiditas yang tinggi akan memberikan nilai yang kurang bagus bagi perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi mencerminkan kas, piutang dan persediaan yang besar, dimana hal tersebut menunjukkan perputaran modalnya terhambat sehingga profitabilitas turun, dengan menurunnya profitabilitas maka nilai perusahaan juga menurun. Hasil penelitian ini didukung secara empirik oleh Aggarwal dan Padhan, (2017) yang menunjukkan bahwa *likuiditas* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi mencerminkan kas, piutang dan persediaan yang besar, dimana hal tersebut menunjukkan perputaran modalnya terhambat sehingga profitabilitas turun, dengan menurunnya profitabilitas maka nilai perusahaan juga menurun. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

### 2.4.4. Pengaruh Asset Tangibility terhadap Nilai Perusahaan

Aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Penelitian ini didukung teori *signalling*, dimana sinyal positif yang dilaporkan perusahaan melalui jumlah aset yang besar. Besarnya aset perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk mendapatkan informasi-informasi yang penting dalam memasuki pasar, dimana hal tersebut akan

memberikan tingkat kepercayaan investor yang tinggi dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Aggarwal dan Padhan, 2017).

Besarnya aset perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi investor untuk mendapatkan informasi-informasi yang penting tentang perusahaan, dimana hal tersebut akan memberikan tingkat kepercayaan investor yang tinggi dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Almeida dan Campello, (2003) menunjukkan bahwa aset tangibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Besarnya aset perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi investor untuk mendapatkan informasi-informasi yang penting tentang perusahaan, dimana hal tersebut akan memberikan tingkat kepercayaan investor yang tinggi dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis 4 sebagai berikut:

H4: Asset tangibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

