

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Struktur Modal

Struktur modal merupakan perimbangan jumlah hutang jangka pendek yang bersifat permanen, hutang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Struktur modal yang optimal adalah perbandingan antara nilai hutang dengan ekuitas yang memaksimalkan harga saham perusahaan (Gultom,dkk 2013:52).

a. Teori Struktur Modal

Berikut penjelasan teori-teori struktur modal menurut Hanafi (2015:297), yaitu sebagai berikut :

1) Pendekatan Tradisional

Pendekatan tradisional berpendapat akan adanya struktur modal yang optimal, struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimumkan harga saham. Dengan kata lain struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2) Pendekatan Modigliani dan Miller (MM)

Pada pendekatan Modigliani dan Miller, tahun 1960-an kedua ekonom tersebut memasukan faktor pajak ke dalam analisis mereka. Penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya hutang adalah biaya yang mengurangi pajak.

3) Teori *Trade-Off* dalam struktur modal

Teori ini membahas tentang hubungan struktur modal dengan nilai perusahaan. *Model trade-off* mengasumsikan bahwa struktur modal perusahaan merupakan hasil *trade-off* dari keuntungan pajak dengan menggunakan hutang dengan biaya yang akan timbul sebagai akibat penggunaan hutang tersebut. Esensi teori *trade-off* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan hutang. Apabila pengorbanan karena penggunaan hutang sudah lebih besar, maka tambahan hutang sudah tidak diperbolehkan.

4) Teori asimetri informasi dan *signaling*

Konsep *signaling* dan asimetri informasi berkaitan erat. Teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan risiko perusahaan. Pihak tertentu mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan pihak lainnya. Manajer biasanya mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan pihak lainnya. Manajer biasanya mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak luar. Karena itu bisa dikatakan terjadi asimetri informasi antara manajer dengan investor. Teori *signaling* adalah model dimana struktur modal (penggunaan hutang) merupakan *signal* yang disampaikan oleh manajer ke pasar. Perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa

mendatang. Karena cukup yakin, maka manajer perusahaan tersebut berani menggunakan hutang yang lebih besar. Investor diharapkan akan menangkap *signal* tersebut, bahwa *signal* perusahaan mempunyai prospek yang baik. Dengan demikian hutang merupakan tanda atau signal positif.

b. Rumus Struktur Modal

Menurut Gultom,dkk (2013:52) struktur modal dapat dihitung menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio (DER)* yang dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat diketahui tingkat risiko tak terbayarkan suatu hutang. *Debt to Equity Ratio (DER)* juga menunjukkan tingkat hutang perusahaan, perusahaan dengan hutang yang besar pula. Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor. Menurut Kasmir (2016:112) untuk mencari *debt to equity ratio* dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rumus untuk mencari debt to equity ratio sebagai berikut (Kasmir, 2016:124) :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{total debt}}{\text{total equity}}$$

2. Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu suatu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Khasmir, 2015:196). Berikut tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan ataupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu :

- a) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
- b) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

Menurut Hanafi (2015:42) dalam praktiknya jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

a. *Profit Margin (Profit Margin On Sales)*

Profit margin menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Profit margin dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{profit margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}}$$

b. *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA sering disebut sebagai *Return On Investment (ROI)*. Dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{total aset}}$$

c. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pandang pemegang saham. ROE dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{modal}}$$

3. 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. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka akan semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi (Prasetyorini, dkk 2016:186). Diukur dengan persamaan berikut ini :

$$Size = \ln(\text{Total Aktiva})$$

Menurut Sugiarto (2009:121) ukuran perusahaan berperan sebagai indikator risiko perusahaan :

- 1) Semakin kecil ukuran perusahaan semakin tinggi risiko pasar produknya
- 2) Perusahaan-perusahaan kecil memiliki peluang lebih tinggi untuk menjadi target takeover

- 3) Perusahaan-perusahaan kecil tidak dapat mengakses pasar hutang jangka panjang karena kesempatan tumbuh mereka melebihi aset yang digunakan.

4. Likuiditas

Fred Weston menyebutkan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama hutang yang sudah jatuh tempo. Dengan kata lain rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo baik kewajiban dengan pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegunaan rasio ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih (Kasmir, 2015:129). Tujuan dan manfaat rasio likuiditas adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan
- b. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya

- jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar
- c. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah
 - d. Untuk mengukur atau membandingkan antar jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan
 - e. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang
 - f. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang
 - g. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode

Menurut Sudana (2015:24) besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur dengan cara sebagai berikut :

(1) *Current ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin besar rasio ini berarti semakin liquid perusahaan. Namun demikian, rasio ini mempunyai kelemahan karena tidak semua komponen aktiva lancar memiliki tingkat likuiditas yang sama. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{current ratio} = \frac{\text{current asset}}{\text{current liabilities}}$$

(2) *Quick ratio atau acid test ratio*

Rasio ini seperti current ratio tetapi persediaan tidak diperhitungkan karena likuid dibandingkan dengan kas, surat berharga dan piutang. Oleh karena itu, *quick ratio* memberikan ukuran yang lebih akurat dibandingkan dengan *current ratio* tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Quick ratio atau acid test ratio} = \frac{\text{current asset} - \text{inventory}}{\text{current liabilities}}$$

(3) *Cash ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan kas dan surat berharga yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek karena hanya memperhitungkan komponen aktiva lancar yang paling likuid. Semakin tinggi rasio likuiditas semakin baik kondisi keuangan jangka pendek perusahaan, dan sebaliknya. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Cash ratio} = \frac{\text{cash} + \text{marketable securities}}{\text{current liabilities}}$$

5. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Atau dapat pula dikatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi (efektivitas) pemanfaatan sumber daya perusahaan. Penggunaan

rasio aktivitas adalah dengan cara membandingkan antara tingkat penjualan dengan aktiva seperti sediaan, piutang dan aktiva tetap lainnya. Kemampuan manajemen untuk menggunakan dan mengoptimalkan aktiva yang dimiliki merupakan tujuan utama rasio ini (Kasmir, 2015:172).

Menurut Sudana (2015:24) jenis-jenis rasio aktivitas yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

(1) *Inventory Turnover*

Inventory turnover ratio mengukur perputaran persediaan dalam menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan persediaan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk menghasilkan penjualan dan sebaliknya. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Inventory turnover} = \frac{\text{sales}}{\text{inventory}}$$

(2) *Average Days In Inventory*

Rasio ini mengukur berapa hari rata-rata dana terikat dalam persediaan. Semakin lama dana terikat dalam persediaan, menunjukkan semakin tidak efisien pengelolaan persediaan, dan sebaliknya. Satu tahun diasumsikan sama dengan 360 hari. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Average days in inventory} = \frac{360}{\text{inventory turnover}}$$

(3) *Receivable Turnover*

Receivable turnover mengukur perputaran piutang dalam menghasilkan penjualan. Semakin tinggi perputaran piutang berarti semakin efektif dan efisien manajemen piutang yang dilakukan oleh perusahaan dan sebaliknya. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Receivable turnover} = \frac{\text{sales}}{\text{receivable}}$$

(4) *Days Sales Outstanding (DSO)*

Days sales outstanding atau *average collection period*, mengukur rata-rata waktu yang diperlukan untuk menerima kas dari penjualan. Semakin besar rasio ini menunjukkan semakin tidak efektif dan tidak efisiennya pengelolaan piutang yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Satu tahun diasumsikan 360 hari. Dirumuskan sebagai

berikut :
$$\text{Days sales outstanding} = \frac{360}{\text{receivable turnover}}$$

(5) *Fixed Assets Turnover*

Fixed assets turnover mengukur efektivitas penggunaan aktiva tetap dalam menghasilkan penjualan bagi perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin efektif pengelolaan aktiva tetap yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Fixed assets turnover} = \frac{\text{sales}}{\text{total fixed assets}}$$

(6) *Total Assets Turnover*

Total assets turnover mengukur efektifitas penggunaan seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan, dan semakin besar rasio ini

berarti semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Total assets turnover} = \frac{\text{sales}}{\text{total assets}}$$

6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan sebuah nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar “Tingkat Kepentingan” sebuah perusahaan dilihat dari sudut pandang beberapa pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya. Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham dan itu juga yang diinginkan pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. (Gultom, dkk 2013:52).

Menurut Brigham dan Houston (2010:150) indikator-indikator pada nilai perusahaan, yaitu :

(1) *Price Earning Ratio*

Price earning ratio merupakan rasio harga per saham terhadap laba per saham. *Price earning ratio* menunjukkan jumlah yang rela dibayarkan oleh investor untuk setiap laba berjalan. Dirumuskan sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga per saham}}{\text{Laba per saham}}$$

(2) *Cash Flow Ratio*

Di beberapa industri, harga saham memiliki hubungan yang lebih erat dengan arus kas daripada laba bersih. Karena itu investor sering melihat rasio harga/ arus kas/ *cash flow ratio*. *Cash flow ratio* merupakan rasio harga per saham dibagi dengan arus kas per saham yang menunjukkan jumlah yang akan dibayarkan oleh investor untuk setiap arus kas. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Cash flow ratio} = \frac{\text{Harga per saham}}{\text{Arus kas per saham}}$$

(3) Rasio Nilai Pasar/Nilai Buku

Rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan yang dipandang baik oleh investor yang artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan dijual dengan rasio nilai buku yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengembalian yang rendah . Nilai buku per saham dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Nilai buku per saham} = \frac{\text{ekuitas biasa}}{\text{jumlah saham beredar}}$$

Selanjutnya, membagi harga pasar per saham dengan nilai buku per saham untuk mendapatkan rasio nilai pasar/nilai buku yang disebut price to book value yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Price to book value} = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{nilai buku per saham}}$$

B. Penelitian terdahulu

Dibawah ini merupakan ringkasan tentang hasil penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Ringkasan Penelitian Terdahulu Pengarang & Tahun	Topik Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Zuhria Hasania Sri Murni Yunita Mandagie (2016) Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16 No.03 Tahun 2016	Pengaruh <i>Current Ratio</i> , Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	a. <i>Current ratio</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan b. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan c. Struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan d. ROE memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
2.	Bhukti Fitri Prasetyorini (2013) Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 1 Januari 2013	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Price Earning Ratio</i> Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	a. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan b. <i>Leverage</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan c. <i>Price earning ratio</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan d. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaann
3.	Ni Kadek Rai Prastuti I Gede Merta Sudiartha (2016)	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap	a. Struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5, No.3, 2016: 1572-1598	Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur	<ul style="list-style-type: none"> b. Kebijakan dividen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan c. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
4.	Ista Yansi Rinnaya Rita Andini, SE, MM Abrar Oemar, SE (2016) Jurnal Of Accounting, Volume 2 No.2 Maret 2016	Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan b. Rasio aktivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan c. Keputusan pendanaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan d. Keputusan investasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
5.	Jacinta Winarto (2015) International Journal of Information, Business and Management, Vol.7, No.4, 2015	<i>The Determinants of Manufacturer Firm Value in Indonesia Stock Exchange</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan b. Likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan c. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan d. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan e. Kebijakan investasi memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6.	Nurul Hidayah (2014)	<i>The Effect of Company characteristic Toward Firm Value in the</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

	International Journal of Businnes, Economics and Law, Vol. 5, Issue 1(Dec.)	<i>Property and Real Estate Company in Indonesia Stock Exchange</i>	<p>nilai perusahaan</p> <p>b. Struktur modal memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan</p> <p>c. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>d. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
7.	Mitta Putri Kurniasari Aniek Wahyuati (2017) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 8, Agustus 2017	Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas Dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur	<p>a. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>b. Rasio Aktivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>c. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
8.	Regina Rumondor Maryam Mangantar Jacky S.B. Sumaraw (2015) Jurnal Emba Vol.3 No.3 Sept 2015	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Plastik dan Pengemasan di BEI	<p>a. Struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>b. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>c. Risiko perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p>

C. Kerangka pemikiran

Berdasarkan latar belakang perusahaan, perumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori yang telah dikemukakan diatas maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan dalam sebuah kerangka pemikiran teoritis Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan.

1) Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

Struktur modal berkaitan dengan pembelanjaan jangka panjang suatu perusahaan yang diukur dengan perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri. Teori struktur modal menjelaskan kebijakan pembelanjaan jangka panjang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Harga pasar saham mencerminkan nilai perusahaan, dengan demikian jika nilai suatu perusahaan meningkat, maka harga pasar saham perusahaan tersebut juga akan naik (Sudana, 2015:164). Berbagai penelitian juga telah dilakukan untuk mengetahui hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan Hasania,dkk (2016:142) mengemukakan bahwa truktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sama halnya dengan penilitian yang dilakukan Prastuti dan Sudiarta (2016:1592) menemukan bahwa struktur modal juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam *trade off theory*

nilai perusahaan meningkatkan ketika rasio utang pada struktur modal ditingkatkan.

2) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2015:196). Berbagai penelitian yang mengemukakan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah Hasania,dkk (2016:142) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan tinggi dan semakin rendah profitabilitas maka nilai perusahaan rendah. Penelitian-penelitian yang lain diantaranya adalah Rinnaya,dkk (2016:13) juga mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan hasil yang sama menurut penelitian yang dilakukan Prasetyorini (2013:194) juga menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan selanjutnya menurut Winarto (2015:346) mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian yang

dilakukan Hidayah (2014:6) juga mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Menurut Prasetyorini (2013:191) berdasarkan penelitian yang telah dilakukannya mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, berikut penjelasannya ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai dari nilai total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Prastuti dan Sudiarta (2016:1594) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan pada penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2014:6) juga mengemukakan hasil yang sama bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

4) Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

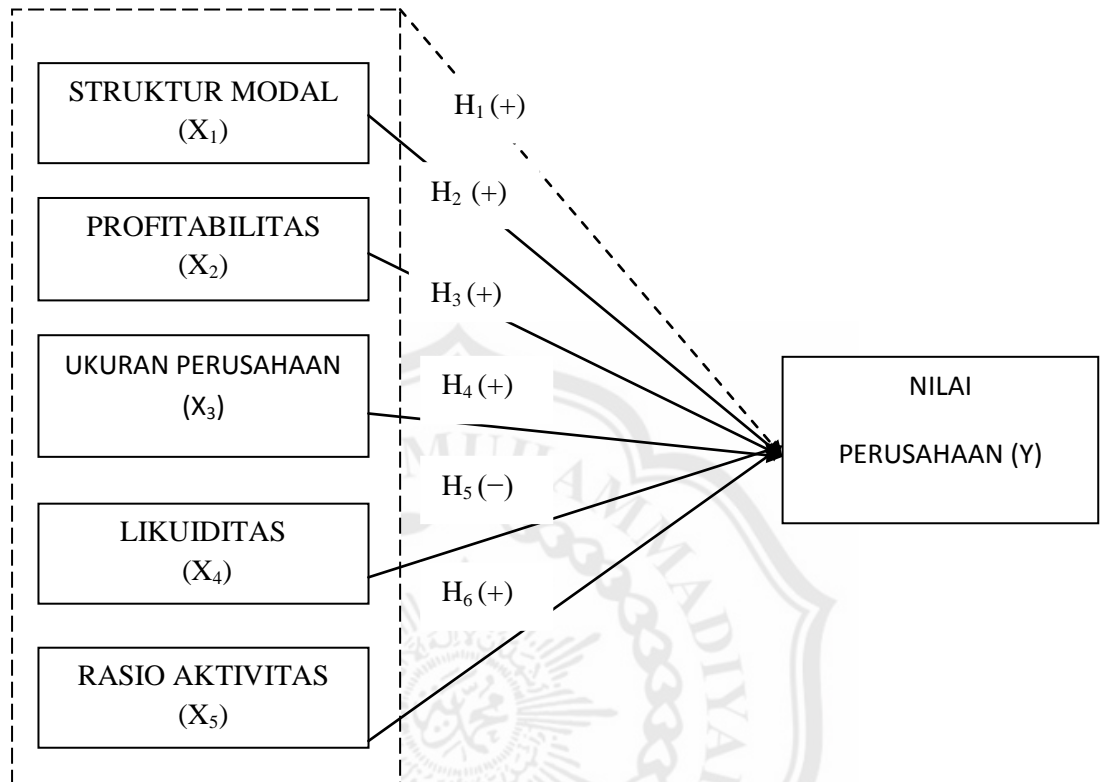
Menurut Kasmir (2015:129) Fred Weston menyebutkan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek.

Berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hasania, dkk (2016:142) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Winarto (2015:346) pada penelitian yang telah dilakukannya juga mengemukakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5) Pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan

Menurut Kasmir (2015:172) Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Atau dapat pula dikatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan. Penelitian Rinnaya, dkk (2016:13) menemukan bahwa rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dalam periode penelitian yang dilakukan mereka perusahaan-perusahaan sangat efektif dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan yang tinggi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari dan Wahyuati (2017) juga menemukan bahwa rasio aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- (1) ————— = pengaruh secara parsial
- (2) - - - - - = pengaruh secara simultan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis yang dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Dengan kata lain hipotesis merupakan dugaan yang mungkin benar atau mungkin salah yang membutuhkan pembuktian atau diuji kebenarannya.

Dari gambaran diatas dapat diajukan hipotesisnya sebagai berikut :

- H₁ : Struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H₂ : Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H₅ : Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H₆ : Rasio aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia