

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah segala badan usaha yang merupakan tempat berkumpulnya modal, sumber daya dan tenaga kerja yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan (growth) merupakan hal yang sangat penting untuk mempertahankan serta meningkatkan kinerja perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan para pemilik perusahaan. Negara Indonesia pada saat ini mengalami pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, adanya banyak pesaing menyebabkan persaingan industri dituntut untuk lebih kompetitif, untuk menghadapi persaingan tersebut setiap perusahaan harus memiliki strategi yang dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Memenangkan persaingan dalam dunia bisnis pada era globalisasi ini memanglah tidak mudah terutama di perusahaan industri dan barang konsumsi. Masyarakat Indonesia cenderung konsumtif dalam barang konsumsi seperti makanan cepat saji, kosmetik, peralatan rumah tangga dan lainnya sehingga menyebabkan munculnya berbagai perusahaan baru di bidang tersebut karena dianggap memiliki prospek yang menguntungkan. Saham perusahaan pada sektor industri dan barang konsumsi merupakan saham yang diminati oleh para investor untuk menanamkan modalnya karena perusahaan yang ada di sektor industri dan barang konsumsi merupakan perusahaan yang

digemari oleh masyarakat Indonesia yang konsumtif dalam makanan dan minuman serta keperluan rumah tangga.

Setiap investasi yang dilakukan oleh investor pasti mengharapkan tingkat pengembalian bunga yang tinggi dan tidak menginginkan adanya resiko dari investasi yang dilakukannya. Nilai perusahaan merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi investor sebelum melakukan investasi, perusahaan harus memperhatikan nilai perusahaannya untuk tetap menjaga kerjasama dengan para investor karena nilai perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan tersebut sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor. Semakin tinggi nilai perusahaan maka perusahaan tersebut di nilai semakin berkembang dan banyak diminati oleh investor. Nilai perusahaan dapat memberi kemakmuran pada pemegang saham secara maksimal apabila harga perusahaan mengalami peningkatan. Nilai perusahaan memiliki faktor yang dapat memengaruhi investor untuk menanamkan modalnya, karena para investor tidak sembarangan dalam menanamkan modalnya pada perusahaan.

Menurut Dewi, dkk. (2014) dengan perkembangan usaha yang semakin pesat, banyak perusahaan bermunculan sehingga menyebabkan persaingan, maka perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kemakmuran para pemilik perusahaan atau para pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu elemen penting dalam perusahaan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui seluruh kemampuan

dan sumber yang ada pada suatu perusahaan seperti penjualan, kas, jumlah karyawan, kas, jumlah cabang perusahaan dan lainnya (Gama, dkk. 2018).

**Tabel 1.1**

Perkembangan Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan  
Perusahaan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Food and  
Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022

Tahun	Profitabilitas (ROA)	Ukuran Perusahaan ( <i>Firm Size</i> )	Pertumbuhan Perusahaan (CGAR)	Nilai Perusahaan (PBV)	Perkembangan Nilai Perusahaan
2020	128,05	389,93	3,20	58,97	9,4%
2021	1,51	398,65	-2,52	59,41	0,74%
2022	1,73	399,68	1,19	60,73	2,17%

Data tabel 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2021-2022. Pada variabel nilai perusahaan mengalami peningkatan tahun 2020 yaitu dengan nilai 58,97 atau naik 9,4% dari tahun 2019, pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,74% dengan nilai 59,41 dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan kembali dengan nilai 60,73 atau naik 2,17% dibandingkan dengan tahun 2021.

Terdapat beberapa penelitian yang pernah dilakukan berhubungan dengan profitabilitas diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Abundanti (2019) menyatakan profitabilitas yang tinggi dapat menarik para investor untuk

berinvestasi pada suatu perusahaan, profit yang tinggi memberi indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga menyebabkan naiknya harga saham dan mempengaruhi peningkatan pada nilai perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Utami & Widati (2022) menyatakan bahwa semakin tinggi keuntungan suatu perusahaan belum tentu menyebabkan nilai perusahaan meningkat, sebaliknya apabila suatu perusahaan memiliki keuntungan yang rendah belum tentu hal tersebut tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga pada penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan,

Ukuran perusahaan dapat dibedakan dalam beberapa kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil, ukuran perusahaan yang besar jika dikelola dengan baik akan terus berkembang dan dapat menggambarkan tingkat profit mendatang. Ukuran perusahaan dapat dinilai dari besar kecilnya kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola assetnya, apabila total asset dalam perusahaan tinggi maka hal tersebut akan menarik investor untuk menanamkan saham pada suatu perusahaan, ketika harga saham naik maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, ukuran perusahaan yang terlalu besar terkadang dianggap memberikan sinyal negatif kepada investor atau calon investor karena dianggap menyebabkan pengawasan kegiatan operasional kurang efisien, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian Muzayin & Trisnawati (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, perusahaan yang besar memiliki kapitalisasi pasar yang besar maka nilai buku dan laba yang

dihasilkan akan tinggi dan sebaliknya apabila perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku dan laba yang dihasilkanpun rendah. Sedangkan Kalbuana, dkk. (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan terjadi dikarenakan tidak berpatokan dengan besar kecilnya perusahaan, perusahaan yang kecil dapat menghasilkan profit yang tinggi begitu juga sebaliknya (Dwiastuti, 2019)

Pertumbuhan perusahaan (growth) dapat diproksikan dengan pertumbuhan penjualan, dan dengan mengetahui tingkat pertumbuhan penjualan dalam suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dapat memprediksi profit yang akan didapat (Fajriah, dkk. 2022). Pertumbuhan perusahaan juga dapat dilihat dari asset yang dimiliki oleh perusahaan, karena asset dapat mencerminkan perusahaan yang mampu dalam mempertahankan ekonominya. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat pada umumnya memperoleh hasil yang baik, seperti pematangan posisi perusahaan di era persaingan yang pesat, peningkatan hasil penjualan secara signifikan yang diiringi dengan adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan memiliki citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri dan memungkinkan mendapatkan respon positif dari para investor sehingga mempengaruhi harga saham, akan tetapi perusahaan perlu berhati-hati, karena akan rentan terhadap isu negatif. Pertumbuhan yang cepat memaksa SDM yang dimiliki oleh perusahaan memberikan kontribusinya secara optimal dan dalam mengelola pertumbuhan perusahaan manajemen harus memiliki pengendalian operasi dengan menekankan pada pengendalian biaya. Hasil penelitian dari Ramdhonah, dkk. (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan

perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang terus bertumbuh akan memiliki prospek yang baik, hal ini tentu akan direspon positif oleh investor sehingga akan berpengaruh terhadap peningkatan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Bintara (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang tidak signifikan menunjukkan terdapat unsur lain dalam peningkatan penjualan yang berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan. Dalam hal ini, pertumbuhan penjualan disertai dengan adanya peningkatan pada beban operasional perusahaan, sehingga menyebabkan berkurangnya laba yang dihasilkan perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 - 2022, serta juga diyakini sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari secara teoritis.

## 2. Manfaat Praktis

### 1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta solusi terkait permasalahan mengenai penilaian kinerja dengan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan nilai perusahaan.

### 2) Bagi Investor ataupun Investor

Penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor maupun calon investor dalam memilih investasi yang tepat, dengan penelitian ini diharapkan para calon investor maupun investor dapat melakukan pengambilan keputusan yang efektif dan efisien terkait dengan investasi yang telah dilakukan ataupun yang akan dilakukan.

### 3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai salah satu sumber referensi serta acuan bagi mahasiswa maupun pembaca untuk melakukan perluasan penelitian pada masa yang akan datang maupun sebagai pengembangan wawasan yang terkait dengan nilai perusahaan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan suatu teori yang memberi gambaran bahwa isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang dapat memberikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan bernilai tinggi dan perusahaan bernilai rendah (Brigham dan Houston, 2013). Sinyal yang diberikan berupa informasi tentang tindakan apa yang telah dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk merealisasikan keinginan investor. Informasi yang dikeluarkan perusahaan merupakan hal yang penting, karena informasi ini dapat mempengaruhi keputusan investasi pihak eksternal perusahaan.

Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat menimbulkan sinyal yang baik maupun sinyal yang buruk. Sinyal yang baik akan terjadi apabila prospek perusahaan positif, sebaliknya sinyal yang buruk terjadi ketika prospek perusahaan merugi. Hal ini merupakan suatu petunjuk bagi investor mengenai perkembangan perusahaan.

Kurangnya informasi bagi pihak eksternal perusahaan mengenai kinerja perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri dengan memberik harga yang rendah untuk perusahaan. Sehingga untuk meningkatkan nilai

perusahaan, perusahaan dapat memberikan sinyal baik bagi pihak eksternal perusahaan berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan pada masa depan sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

## 2.1.2 Nilai Perusahaan

### 1) Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai oleh perusahaan yang menggambarkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang telah melewati proses kegiatan selama beberapa tahun. Nilai perusahaan merupakan harga saham perusahaan di pasar yang dapat menjadi ukuran nilai perusahaan yang berasal dari investor, kreditur dan bagian-bagian lainnya (Martha, dkk. 2018). Penelitian Massie, dkk. (2017) menyatakan nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor apabila suatu perusahaan akan dijual. Dengan kata lain, harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan tersebut.

Profit yang dihasilkan oleh suatu perusahaan pada periode tertentu dapat mencerminkan kinerja perusahaan tersebut, profit tersebut dapat memberikan gambaran pada investor mengenai prospek perusahaan pada masa yang akan datang sehingga investor dapat mempertimbangkan untuk membeli atau tidak saham yang ditawarkan oleh perusahaan. Apabila profit yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tinggi, maka hal tersebut dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut yang akan berdampak terhadap naiknya harga saham. Apabila harga saham mengalami peningkatan maka akan terjadi

peningkatan terhadap nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

## 2) Jenis – Jenis Nilai Perusahaan

Lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang dipergunakan (Yulius dan Tarigan, 2007:3) :

### a) Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang dinyatakan secara resmi dalam anggaran dasar perusahaan, secara eksplisit disebutkan dalam neraca perusahaan, dan juga tertulis dengan jelas pada surat saham kolektif.

### b) Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah konsep yang paling abstrak, seperti yang dirujuknya untuk memperkirakan nilai sebenarnya dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan pada konsep nilai intrinsik bukan hanya harga dari total aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki peluang untuk menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

### c) Nilai Pasar

Nilai pasar yang biasa disebut dengan nilai kurs adalah harga yang dihasilkan dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya dapat ditentukan jika saham perusahaan dijual di bursa saham. Dengan kata lain nilai pasar merupakan harga saham di pasar modal pada saat tertentu.

### d) Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan konsep akuntan. Dihitung secara sederhana yaitu hanya dengan membagi selisih antara total aset dan total kewajiban dengan jumlah saham yang beredar.

e) Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi merupakan nilai penjualan seluruh aset perusahaan setelah dikurangi dengan seluruh kewajiban yang belum dibayar. Nilai likuidasi dihitung dengan cara yang sama seperti nilai buku, yaitu atas dasar neraca performa yang telah disiapkan. Ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

### 3) Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham dengan menggunakan rasio penilaian, rasio penilaian dapat memberi gambaran terhadap masyarakat seberapa besar suatu perusahaan dapat dinilai yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian saham perusahaan. Terdapat beberapa pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu :

- a) *Price Earning Ratio* (PER), rasio ini didapat dengan cara membagi harga pasar saham biasa dengan laba per saham. Harga saham merupakan nilai saham di pasar, harga pasar cenderung berfluktuasi tergantung dari prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Maka semakin tinggi PER mengartikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik, namun jika rasio ini terlalu tinggi juga dapat

mengartikan bahwa harga saham perusahaan yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak rasional (Sugiono dan Untung, 2016:70).

$$PER = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Keterangan :

PER : *Price Earning Ratio*

Market Per Share : Harga Pasar Saham

Earning Per Share : Laba per Saham

- b) *Price Book Value (PBV)*, merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai bukunya. Nilai buku dalam satu periode dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat harga saham yang dapat menjadi salah satu pertimbangan investor sebelum melakukan investasi jangka pendek maupun jangka panjang. *Price Book Value (PBV)* dapat dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Market Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Keterangan :

PBV : *Price Book Value*

Market Per Share : Harga Pasar Saham

Book Value Per Share : Nilai Buku per Saham

Nilai buku per lembar saham dapat dihitung dengan cara membagi total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar (Jogiyanto, 2014)

Book Value Per Share dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$BVPS = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Keterangan :

BVPS (*Book Value Per Share*) = Nilai Buku per Saham

- c) Tobin's Q, pengukuran ini dikembangkan oleh Prof. James Tobin pada tahun 1969. Tobin's Q merupakan perbandingan nilai pasar suatu perusahaan dengan investasi bersihnya, apabila harga saham meningkat maka akan berdampak terhadap peningkatan nilai pasar perusahaan. Tobin's Q dapat diukur dengan rumus :

$$Tobin's Q = \frac{\text{Total Market Value of Firm}}{\text{Total Assets Value of Firm}}$$

Total market value of firm merupakan nilai kapitalisasi pasar yang di dapat dari hasil perkalian saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. Total assets value of firm diperoleh dari nilai total aset yang dimiliki perusahaan, baik aset lancar maupun aset tetap.

- Tobin's Q < 1, maka perusahaan akan menarik bagi investor, sehingga hal ini dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan.
- Tobin's Q = 1, mengartikan saham perusahaan dalam kondisi rata-rata (*average*). Artinya manajemen stagnan dalam pengelolaan aset perusahaan dan potensi investasi tidak berkembang.

- Tobin's  $Q > 1$ , memiliki arti bahwa suatu perusahaan mendapatkan tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya penggantian, hal ini dapat menurunkan pangsa pasar yang dapat menurunkan harga pasarnya.

### 2.1.3 Profitabilitas

#### 1) Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian yang diperoleh dari aktivitas investasi. Profitabilitas merupakan rasio yang dapat menggambarkan kinerja suatu perusahaan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profit* atau keuntungan pada suatu periode tertentu (Kasmir 2019:114). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Novika dan Tutik, 2022).

Rasio profitabilitas menggambarkan hasil akhir dari kebijakan keuangan dan keputusan operasional secara keseluruhan. Profitabilitas menjadi indikator penting dalam suatu perusahaan karena tujuan dari suatu perusahaan adalah menghasilkan laba maksimum. Rasio profitabilitas memiliki fungsi dalam perusahaan, yaitu untuk menghitung laba perusahaan pada periode tertentu, menilai posisi laba perusahaan tahun ini dan tahun sebelumnya, menilai besarnya laba bersih setelah pajak, dan menilai tingkat keuntungan dari satu periode ke periode lainnya.

Perusahaan diharapkan berada dalam keadaan yang menguntungkan untuk melangsungkan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Apabila profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan maka dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan sehingga harga saham perusahaan mengalami peningkatan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Nurwani, 2019).

## 2) Pengukuran Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan suatu rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dengan mempergunakan seluruh aset yang dimiliki untuk memperoleh laba dengan segala sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio profitabilitas dapat menunjukkan suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan dipergunakan untuk menilai tingkat pengembalian investasi serta penjualan berdasarkan atas jumlah keuntungan yang diperoleh. Menurut Sudana (2011 : 22) cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

- a) *Gross Profit Margin (GPM)*, suatu pengukuran yang membandingkan laba kotor dengan penjualan bersih.

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Laba kotor atau *gross profit* diperoleh dari penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan. Penjualan bersih mencerminkan hasil penjualan yang diterima (tunai maupun kredit) yang telah dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

- b) *Net Profit Margin* (NPM), yaitu membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Laba bersih setelah pajak dapat dihitung dari laba sebelum pajak penghasilan dikurangi dengan pajak penghasilan.

- c) *Return on Assets* (ROA), perbandingan antara laba bersih dengan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. ROA merupakan salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}}$$

- d) *Return on Equity* (ROE), merupakan rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

#### 2.1.4 Ukuran Perusahaan

##### 1) Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu indikator yang mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari nilai total aktiva pada laporan neraca akhir periode. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Pengukuran

terhadap ukuran perusahaan dapat dinilai dari total aset yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Apabila perusahaan memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap dewasa yang mana tahap ini ditunjukkan dengan arus kas perusahaan yang positif sehingga dianggap memiliki prospek yang menguntungkan dalam jangka waktu yang lama (Lumoly, dkk. 2018). Selain itu, perusahaan yang memiliki aset yang besar akan membuat perusahaan semakin stabil karena kontrolnya lebih baik terhadap pasar, sehingga dianggap mampu menghadapi persaingan ekonomi. Namun, ukuran perusahaan yang besar juga dapat menyebabkan kurangnya pengawasan kegiatan operasional sehingga kegiatan operasional kurang efisien.

Diasumsikan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar perusahaan, maka lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber daya dana yang digunakan oleh manajemen meningkatkan nilai perusahaan. Kemudahan dalam memperoleh dana mencerminkan bahwa perusahaan memiliki fleksibilitas serta kemampuan untuk meningkatkan modal, dengan adanya kemudahan tersebut memberi pengaruh positif terhadap investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki insentif yang besar untuk mendapatkan manfaat yang lebih mudah dari ekonomi dan cakupan ekonomi, karena perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang baik dalam pertumbuhan perusahaannya (Utami & Handayani, 2019)

Maka dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan dan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi dalam menghasilkan laba.

## 2) Jenis – Jenis Ukuran Perusahaan

Menurut UU RI. No. 20 Tahun 2008, terdapat 4 jenis ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total penjualan dan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Jenis ukuran perusahaan tersebut disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 2.1**

Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Aset	Omset Penjualan
Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Kecil	>Rp 50 juta – Rp 500 juta	>Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
Menengah	>Rp 500 juta – Rp 10 miliar	>Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar
Besar	>Rp 10 miliar	>Rp 50 miliar

Sumber : (<https://dkupp.semarangkab.go.id/2021/01/07/klasifikasi-umkm-menurut-uu-nomor-20-tahun-2008/>)

Menurut UU No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, perusahaan dibagi dalam dua kelompok yaitu :

- a) Perusahaan Kecil, merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan tidak lebih dari Rp

200.000.000 (dua ratus juta rupiah), memiliki hasil penjualan yang tidak lebih dari Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah), berdiri sendiri dan berbentuk usaha orang perorangan.

- b) Perusahaan Menengah atau Besar, merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki kriteria kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih serta hasil penjualan tahunan Usaha Kecil.

### 3) Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara pengukuran, baik dari total aset, total penjualan dan jumlah karyawan :

a) Total Asset

Pengukuran ini digunakan karena mempertimbangkan bahwa nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai penjualan. Dengan memiliki jumlah aset yang besar suatu perusahaan akan dapat menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki jumlah aset yang kecil.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aseets})$$

Keterangan :

$$\text{Ln} (\text{TA}) = \text{Logaritma natural total aset}$$

b) Total Penjualan

Menurut UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil point b, menjelaskan “perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,- kelompok usaha kecil”. Ketentuan ini menyatakan bahwa perusahaan dengan pendapatan penjualan lebih

dari Rp 1.000.000.000,- dapat dikelompokkan pada usaha menengah dan usaha besar.

Ukuran Perusahaan =  $\text{Ln}(\text{Total Revenues})$

Keterangan :

$\text{Ln}(\text{Tr}) = \text{Logaritma natural total penjualan}$

c) Jumlah Karyawan

Sejumlah besar karyawan adalah salah satu kategori ukuran suatu perusahaan perusahaan besar. Perusahaan akan berusaha meningkatkan kondisi kerja, mengembangkan hak-hak karyawan, meningkatkan keamanan kerja dan memberikan kompensasi yang sesuai.

Size =  $\text{Ln}(\text{Total Employees})$

Keterangan :

$\text{Ln}(\text{TE}) = \text{Logaritma natural jumlah karyawan}$

## 2.1.5 Pertumbuhan Perusahaan

### 1) Pengertian Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan suatu perusahaan yang memiliki peluang untuk tumbuh atau mencapai tingkat pertumbuhan yang diharapkan sehingga dapat mengembangkan perusahaannya (Bintara, 2018). Pertumbuhan merupakan perubahan total aset (penurunan atau peningkatan) yang dialami oleh perusahaan selama satu periode. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang baik pada umumnya akan

memperoleh hasil yang positif pula. Pertumbuhan perusahaan yang cepat memaksa SDM yang dimiliki perusahaan untuk berkontribusi secara optimal. Suatu perusahaan kecil maupun perusahaan yang baru berdiri dan mengalami kenaikan nilai penjualan, pada tahap pertumbuhan akan menuntut penambahan aset karena penambahan aset tersebut dapat menjadikan perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik.

## 2) Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan

Pengukuran pertumbuhan aset dapat digambarkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan perusahaan} = \frac{\text{Total Assets} - \text{Total Assets}^{t-1}}{\text{Total Assets}^{t-1}}$$

Rasio ini mengukur pertumbuhan perusahaan dengan membandingkan total aset yang dimiliki suatu perusahaan pada periode saat ini dengan total aset yang dimiliki perusahaan pada periode sebelumnya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurwani (2019) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara stimulant, keduanya memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwiastusi dan Dillak (2019) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang,

dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa secara simultan ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial, ukuran perusahaan dan kebijakan hutang tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ukhriyawati dan Dewi (2019) yang berjudul Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian dari Dewantari, dkk. (2019) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Angraini dan Siska (2019) yang berjudul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, penelitian tersebut menyatakan bahwa menunjukkan bahwa struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Husna & Rahayu (2020) yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7. Penelitian dari Jaya (2020) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Pramudia (2020) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
9. Penelitian dari Adfentari, dkk. (2020) yang berjudul pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018 menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Krisnando & Novitasari (2021) yang berjudul Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar

di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *firm size* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara simultan struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan *firm size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

11. Penelitian dari Mislinawati, dkk (2021) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Tekstil dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2020) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
12. Penelitian yang dilakukan oleh Dharmaputra, dkk (2022) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Pertumbuhan Perusahaan menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
13. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah (2022) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020 menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.