

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Struktur Modal

Struktur modal merupakan sebuah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri. Modal asing merupakan modal yang bersumber dari pinjaman, baik pinjaman jangka panjang maupun pinjaman jangka pendek. Sedangkan modal sendiri merupakan total dari ekuitas perusahaan. Nuzula (2018;6) menjelaskan bahwa struktur modal yang optimal merupakan keseimbangan antara resiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham.

Komponen struktur modal tersusun atas hutang dan modal sendiri diantaranya:

1. Hutang Jangka Panjang

Jumlah utang yang memiliki jangka waktu pengembalian yang panjang berkisar antara 5-10 tahun. Jumlah pinjaman ini lebih banyak dari jumlah hutang lainnya. Pinjaman jangka panjang berbentuk hipotek dan obligasi. Pinjaman hipotek adalah pinjaman jangka panjang yang berupa barang yang tidak bisa bergerak seperti gedung, property dan tanah. Pinjaman obligasi adalah sebuah surat hutang yang diterbitkan pihak berutang kepada pihak berpiutang dengan ketentuan nominal tertentu.

2. Modal Sendiri

Pendanaan jangka panjang perusahaan yang disediakan oleh pemilik perusahaan (pemegang saham), yang berupa macam – macam saham (saham preferen dan saham biasa) serta laba ditahan menurut Sundjaja at. Al. (20017:324) dalam Pratama (2018). Modal merupakan sesuatu yang dipertaruhkan dalam menghadapi segala resiko.

Ada dua sumber modal utama :

1) Modal saham preferen (*preferred stock*)

Surat berharga yang dijual belikan perusahaan dengan nominal tertentu untuk mendapatkan deviden disetiap kuartal. Pemilik saham preferen mempunyai hak suara dalam pengembangan dan pemilihan dewan direksi perusahaan.

2) Modal saham biasa (*common stock*)

Saham yang dimiliki pemilik perusahaan yang menginvestasikan uangnya dengan harapan mendapat pengembalian dimasa mendatang. Pemegang saham biasa hanya menerima sisa saham setelah seluruh tuntutan atas pendapatan dan asset telah terpenuhi.

Yunita (2018;2) mengungkapkan bahwa *Dept to Equity Rasio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya penggunaan total utang dibandingkan dengan modal perusahaan sendiri. Semakin kecil rasio maka semakin besar kewajiban yang dapat dibayar. Pendanaan yang terkandung dalam hutang jangka panjang merupakan bagian dari struktur keuangan suatu perusahaan dan merupakan pembauran antara perpaduan hutang dan semua saham yang terdapat dalam suatu perusahaan untuk struktur modalnya.

Struktur modal dapat diukur menggunakan *Dept to Equity Rasio* (DER) untuk mengukur tingkat *leverage* (penggunaan hutang) terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan komposisi atau struktur modal dari total pinjaman terhadap modal perusahaan. Semakin tinggi DER yang menunjukkan total hutang lebih tinggi dari modal sendiri, maka semakin besar beban perusahaan terhadap kreditur. Secara matematis *Dept to Equity Rasio* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran suatu perusahaan dalam presentase yang ditentukan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. menurut K.R.Subramanyam (2010:09) dalam Pratama (2014) “ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan”. Sementara itu, menurut G. Sugiyarso dan F. Winarni (2005:118) “profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri”. Menurut Greuning (2005:29) “profitabilitas adalah suatu indikasi atas bagaimana margin laba suatu perusahaan berhubungan dengan penjualan, modal rata-rata, dan ekuitas saham biasa rata-rata”.

Dalam beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, aktiva maupun investasi. Laba sendiri memiliki arti kelebihan pendapatan diatas biaya sebagai imbalan barang dan jasa selama satu periode akuntansi. Berdasarkan jenisnya laba dibedakan menjadi dua jenis yaitu : laba kotor (*gross profit*) merupakan laba yang pertama kali diperoleh dan belum dikurangi biaya-biaya, dan laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang sudah dikurangi biaya-biaya dalam periode tertentu.

Tujuan penggunaan profitabilitas bukan hanya untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kasmis (2014:197) mengungkapkan bahwa tujuan penggunaan profitabilitas untuk mrngukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, untuk menilai posisi dan perkembangan laba perusahaan dari tahun ketahun, untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, dan

untuk mengukur produktifitas dana perusahaan baik pinjaman atau dana sendiri.

2.1.2.2 Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut R. Agus Sartono (2012:113) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu :

a. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Gross profit margin merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga harga produk.apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begitu juga sebaliknya. Maka semakin besar rasio *gross profit margin*, semakin baik pula keadaan perusahaan.

b. *Operating Profit Margin*

Operating profit margin merupakan gambaran “*Pure Profit*” yang diterima atau setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi rasio *Operating profit margin*, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini

mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. Net profit margin sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan bebanbeban yang berkaitan dengan penjualan. Semakin tinggi net profit margin, maka semakin baik operasi perusahaan. Secara matematis dapat dirumuskan :

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

d. *Return On Assets (ROA)*

Return On Assets (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

e. *Return of Equity (ROE)* merupakan pengukuran laba sesudah pajak dengan modal sendiri. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan ROE, yang mana jika tingkat rasio yang tinggi maka tingkat profitabilitas juga baik. Rumus perhitungan ROE sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

1.1.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi usahanya dalam perekonomian dan industri yang digelutinya. Perusahaan merupakan organisasi yang didirikan perorangan atau kelompok yang melakukan kegiatan produksi, distribusi dan penjualan untuk menunjang kebutuhan manusia. Pertumbuhan penjualan yang baik memiliki aspek keuntungan yang dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya karena perusahaan tersebut diyakini dapat memberikan tingkat pengembalian (*trade of return*). Pertumbuhan ini dapat diprediksi dari pertumbuhan penjualan yang didapatkan setiap tahunnya.

Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) merupakan cerminan dari manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Barton *et.all* (1989) dalam Deitiana (2011) mengungkapkan bahwa laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan – kesempatan pada masa yang akan datang. Dengan adanya keuntungan penjualan yang tinggi dapat menggambarkan peningkatan laba dan deviden dari suatu perusahaan.

Pertumbuhan penjualan dapat menjadi sarana dalam menentukan strategi penjualan. Jika *sales growth* menunjukkan nilai positif artinya angka penjualan lebih tinggi dari penjualan periode sebelumnya, maka kondisi keuangan perusahaan dalam kondisi baik dan perusahaan perlu membuat strategi yang lebih baik dari sebelumnya untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Jika *sales growth* menunjukkan nilai negatif artinya angka penjualan yang didapatkan lebih rendah, maka perusahaan perlu memperbaiki strategi penjualan agar pendapatan tidak menurun. Wibowo dkk.

(2015) merumuskan strategi pemasaran dalam tiga langkah sistematis, antara lain :

1. Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan proses pembagian kelompok pembeli berdasarkan karakter, kebutuhan maupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar memiliki segmentasi yang berbeda.

2. Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Dalam menelaah pasar sasaran perlu melakukan evaluasi dalam tiga faktor meliputi ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktural segmen dan sasaran dan sumber sasaran.

3. Strategi Penentuan Posisi Pasar

Penentuan posisi pasar (*positioning*) adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan masa yang datang. *Growth* adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada beberapa elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar (Purnawarman,2015).

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjai asetnya dengan utang. Pertumbuhan penjualan dapat dikur

dengan membandingkan penjualan pada tahun t setelah dikurangi penjualan pada tahun t-1. Menurut Novione dan Rusmala (2016) secara sistematis *sales growth* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } (t-1)}{\text{Net Sales } (t-1)} \times 100\%$$

Keterangan :

- Net Sales_t : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t
- Net Sales_{t-1} : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan merupakan selisih perubahan jumlah penjualan per tahun.

1.1.4 Struktur Aktiva

Struktur aktiva merupakan dua komponen dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Aktiva tetap merupakan aktiva yang berwujud yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dibangun lebih dahulu yang digunakan dalam operasi perusahaan tidak dimasukkan untuk dijual dalam kegiatan normal perusahaan dan memiliki masa. Sedangkan aktiva lancar merupakan uang kas, dan aktiva-aktiva lain yang dapat direalisasikan menjadi uang kas atau dijual atau dikonsumsi dalam periode akutansi yang normal. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa akan cenderung memiliki aktiva lancar lebih tinggi daripada aktiva tetap. Struktur aktiva biasanya akan menentukan struktur hutang jangka panjang maupun jangka pendek dalam perusahaan (Novione dan Dewi, 2016).

Struktur aktiva menentukan besar alokasi untuk masing-masing komponen aktiva, baik aktiva tetap maupun aktiva lancar (Rianto, 1997 dalam Sari, 2013). Secara umum perusahaan memiliki jaminan hutang untuk menunjang beban operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki proporsi struktur aktiva yang baik memiliki posisi yang mapan dalam industri, karena

perusahaan tersebut memiliki resiko lebih kecil dan dapat menghasilkan *leverage* yang besar.

Struktur Aktiva dapat dihitung dengan membandingkan aktiva lancar dengan aktiva tetap yang dimiliki perusahaan (Yunitri, 2018). Menurut Novione dan Rusmala (2016) secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

1.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1. Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari keberhasilan suatu perusahaan dan dapat digunakan sebagai indikator pasar dalam penilaian keseluruhan perusahaan. Dari sudut pandang investor nilai perusahaan dikaitkan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin baik pula nilai perusahaan. Suryandani (2018) mengatakan bahwa dengan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan menjadi tinggi sehingga berpengaruh terhadap kepercayaan pasar, tidak hanya pada kinerja perusahaan sekarang tetapi juga dapat melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Nilai Perusahaan yaitu ketika tercapainya kondisi dimana kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut (Irayanti, 2014 dalam Elisabet et. al, 2016) Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada tahun sekarang yang tercermin pada harga saham tahun sebelumnya. Manajemen keuangan berfungsi untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Peningkatan kesejahteraan pemegang saham diawali oleh peningkatan kinerja perusahaan yang menghasilkan perolehan laba yang maksimum (Anwar:1.4).

2.1.5.2. Manfaat dan Tujuan Nilai Perusahaan

Bagi perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan yang bersangkutan akan dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan merupakan sebuah perusahaan yang dilihat dari harga saham yang ada di pasar modal. Nilai perusahaan dapat dijadikan indikator dalam keputusan investasi, dengan nilai perusahaan yang tinggi maka perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang sehingga memberikan kepercayaan investor dalam menanam modalnya.

Tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan para pemilik perusahaan. Sebab tingginya nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham. Menurut Widyantari dan Yadnya (2017) kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi pendanaan (*financing*) dan manajemen *asset*.

2.1.5.3. Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut (Wirianata : 473) nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya :

- 1) **Struktur Modal** yang menggambarkan proporsi sumber dana perusahaan. Struktur modal dapat dihitung dengan menggunakan rasio total hutang terhadap total aktiva atau *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi nilai DER maka semakin tinggi pula perusahaan bergantung pada pendanaan dari luar perusahaan. Hutang perusahaan akan meningkatkan beban perusahaan dalam membayar bunga sehingga akan menurunkan profitabilitas dan mempengaruhi nilai perusahaan.

- 2) **Profitabilitas** merupakan kinerja keuangan yang sering digunakan investor dalam mengetahui nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkaitan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri (G. Sugiyarso dan F. Winarni, 2005:118). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return of Equity* (ROE) merupakan pengukuran laba sesudah pajak dengan modal sendiri, yang mana jika tingkat rasio yang tinggi maka tingkat profitabilitas juga baik dan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- 3) **Ukuran perusahaan** merupakan rasio yang dimiliki sebuah perusahaan dengan mengukur besarnya total penjualan, aktiva perusahaan, rata-rata tingkat penjualan perusahaan dan rata-rata totalaktiva yang dimiliki perusahaan. (Luthfiah dan Suherman, 2018 dalam wirianata, 2019) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset milik perusahaan yang dapat digunakan dalam aktivitas operasi perusahaan.
- 4) **Good Corporate Governance (GCG)** merupakan hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksi perusahaan, dan pemegang saham, dan para pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan yang menerapkan tata kelola yang baik dapat mengurangi potensi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.5.4. Rasio Pengukuran Nilai Perusahaan

Riadi (2017) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat diukur menggunakan tiga metode antara lain :

- 1) **Price Earning Ratio (PER)** merupakan rasio harga saham suatu perusahaan dengan pendapatan per saham yang berfungsi untuk

mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

- 2) **Tobin's Q** merupakan perbandingan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001 dalam Riadi, 2017). Secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

D : Nilai Buku dari Total Hutang

EMV : Nilai Pasar Ekuitas (saham penutup + jumlah saham)

EBV : Nilai Buku Total Aktiva (total asset – total hutang)

- 3) **Price to Book Value** (harga nilai buku) merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku dari perusahaan, dimana jumlah modal yang diinvestasikan ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan menciptakan nilai yang relatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *Price to Book Value* (PBV) yang hasilnya mencerminkan harga saham, semakin tinggi nilai PBV semakin tinggi pula harga saham begitupun sebaliknya. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

1.2.1 Lidya Nafitri Ayu Herawati

Lidya Nafitri Ayu Herawati (2017), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu : sebagai variabel independen antara lain ukuran perusahaan, *Lverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas serta sebagai variabel dependen adalah nilai perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif data sekunder yang diukur menggunakan pengujian analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda uji F dan Uji t. Hasil dari penelitian tersebut antara lain Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

1.2.2 Nanang Ari Utomo dan Nisa Novia Avien Christy

Nanang Ari Utomo dan Nisa Novia Avien Christy (2017), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 Di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu: sebagai variabel independen struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan serta variabel dependennya nilai perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *purposing sampling* dengan pengujian menggunakan Uji Statistik Dekriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Uji F dan Uji t. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan dan variabel ukuran perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.2.3 Diana Permatasari dan Devi Farah Azizah

Diana Permatasari dan Devi Farah Azizah (2017), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu: sebagai variabel independen Debt to Asset Ratio (DAR), Long Term Debt to Equity Ratio (LtDER) Dan Debt to Equity Ratio (DER) serta variabel dependen nilai perusahaan (PVB). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji F dan uji t. Hasil pembahasan dari penelitian tersebut adalah variabel Debt to Asset Ratio (DAR), Long Term Debt to Equity Ratio (LtDER) Dan Debt to Equity Ratio (DER) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel Debt to Asset Ratio (DAR) dan variabel Debt to Equity Ratio (DER) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel Long Term Debt to Equity Ratio (LtDER) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

1.2.4 Made Yunitri Deviani dan Luh Komang Sudjarni

Made Yunitri Deviani dan Luh Komang Sudjarni (2018), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Tingkat Pertumbuhan, Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pertambangan Di BEI. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu: sebagai variabel independen tingkat pertumbuhan, struktur aktiva, profitabilitas dan likuiditas serta variabel dependen struktur modal. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif

degan desain asosiatif yang di uji dengan analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda dan Uji t. Hasil dari penelitian tersebut antara lain :

1. Tingkat pertumbuhan, Profitabilitas dan Likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia
2. Struktur aktiva memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia

1.2.5 Zahra Ramdhonah et. Al

Zahra Ramdhonah et. Al (2019), melakukan penelitian tentang Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : sebagai variabel independen adalah Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas serta variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah deskriptif verifikatif yang dihitung menggunakan data sekunder, analisis regresi data panel dan uji F. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel struktur modal (DER), ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas (ROE) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara persial struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

1.2.6 Satria Purnama dan Riri Mayliza

Satria Purnama dan Riri Mayliza (2019), melakukan penelitian mengenai Nilai Perusahaan di Lihat Dari Aspek Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: sebagai variabel independen

profitabilitas dan ukuran perusahaan dan variabel dependen nilai perusahaan serta struktur modal menjadi variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini uji asumsi klasik, analisis regresi dengan intervening dan uji t. Hasil dan pembahasan dari penelitian tersebut antara lain :

1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar laba semakin besar pula harga saham yang ditawarkan dan semakin tinggi permintaan investor.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya perusahaan tidak ditinjau dari besar aktiva namun dari sisi laporan yang baik dan kebijakan deviden.
3. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal, artinya profitabilitas tinggi maka dana internal perusahaan akan lebih tinggi dengan demikian komposisi struktur modal penggunaan modal sendiri lebih besar dari penggunaan hutang.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal, hal ini ditunjukkan dari hasil nilai signifikannya sebesar -3.578 lebih kecil dari 0.05 dan t hitung lebih kecil dari t table.
5. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan struktur modal yang terdiri dari modal permanen dan hutang jangka panjang yang merupakan sebagian dari struktur keuangannya.
6. Struktur modal sebagai variabel intervening tidak memediasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yang ditunjukkan t hitung lebih kecil dari pada t table yang dilihat dari uji Sobel Test yang dilakukan
7. Struktur modal sebagai variabel intervening tidak memediasi antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan yang ditunjukkan dari t hitung lebih kecil dari t tabel yang dilihat dari uji Sobel Test yang dilakukan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel | Hasil |
|----|--|---|---|---|
| 1. | Lidya Nafitri Ayu Herawati (2017) | “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45” | Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Ukuran Perusahaan, <i>Laverage</i> , Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas | 1. Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan 2. <i>Lverage</i> dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. |
| 2. | Nanang Ari Utomo dan Nisa Novia Avien Christy (2017) | “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 Di Bursa Efek Indonesia” | Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan | 1. Struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 3. | Diana Permatasari dan Devi Farah Azizah (2017) | “Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesiatahun 2013-2016)” | Dependen: Nilai Perusahaan Independen : <i>Dept to Asset Ratio</i> (DAR), <i>Long Term Dept to Equity Ratio</i> (LtDER) Dan <i>Dept to Equity Ratio</i> (DER) | 1. DAR, LtDER dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. DAR dan DER secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. LtDER secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan |
| 4. | Made Yunitri Deviani dan Luh Komang Sudjarni (2018) | “Pengaruh Tingkat Pertumbuhan, Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pertambangan Di BEI” | Dependen : Struktur Modal Independen: Tingkat Pertumbuhan, Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Likuiditas | 1. Tingkat pertumbuhan, Profitabilitas dan Likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal 2. Struktur aktiva memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal |
| 5. | Zahra, dkk. | “Pengaruh Struktur | Dependen : | 1. Struktur modal, |

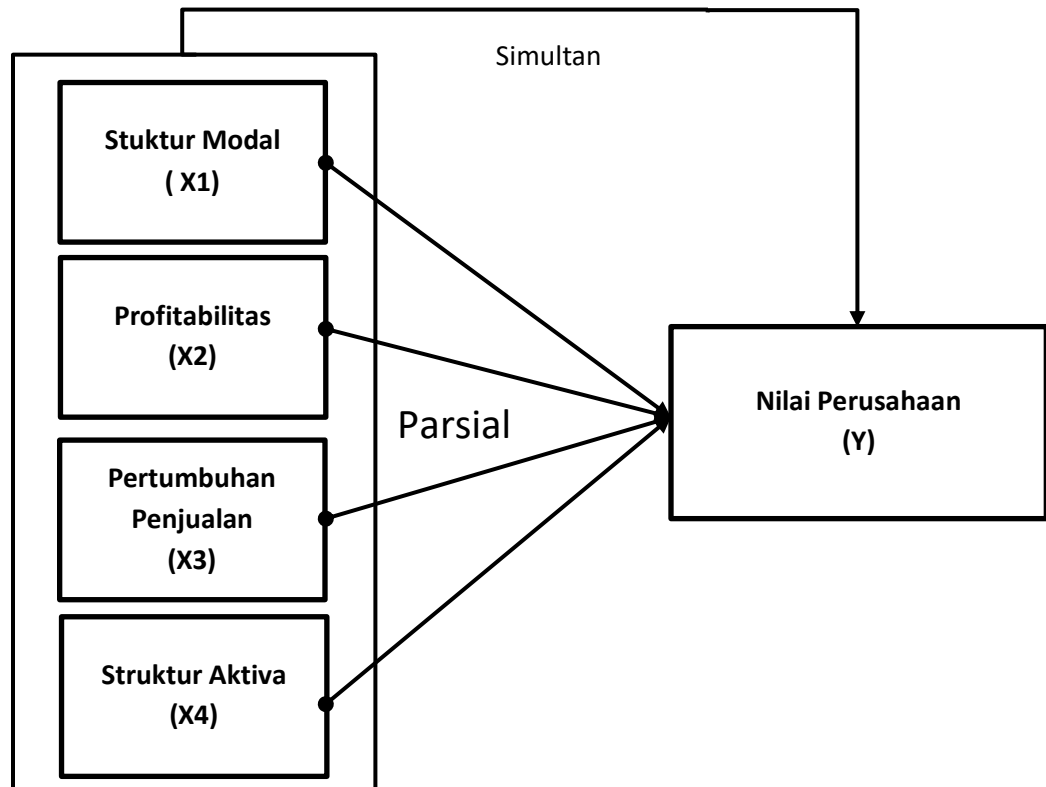
| | | | | |
|----|--|---|---|--|
| | (2019) | Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2017)” | Nilai Perusahaan Independen: Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas | ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Secara parsial struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 3. Sedangkan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. |
| 6. | Satria Purnama dan Riri Mayliza (2019) | “Nilai Perusahaan di Lihat Dari Aspek Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel | Dependen: Nilai Perusahaan Independen : Profitabilitas, Ukuran | 1. Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas dan |

| | | | | |
|--|--|--------------|--|--|
| | | Intervening” | Perusahaan Intervening : Struktur modal | Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal 3. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Struktur modal sebagai variabel intervening tidak memediasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan 5. Struktur modal sebagai variabel intevening tidak memediasi antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan |
|--|--|--------------|--|--|

Sumber: Penelitian Terdahulu 2017 - 2019

1.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan dari uraian tinjauan pustaka pada bagian sebelumnya, maka dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

1.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka konseptual yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 = Diduga Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2019.

- Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Signifikansi $< 0,05$
- Ho Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Signifikansi $> 0,05$

H2 = Diduga Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2019.

- Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Signifikansi $< 0,05$
- Ho Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Signifikansi $> 0,05$

H3 = Diduga Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2019.

- Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Signifikansi $< 0,05$
- Ho Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Signifikansi $> 0,05$

H4 = Diduga struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2019.

- Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Signifikansi $< 0,05$
- Ho Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Signifikansi $> 0,05$

H5 = Secara simultan struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2019.

- Ha diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan Signifikansi $< 0,05$
- Ho Diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan Signifikansi $> 0,05$