

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Keagenan

Konsep teori keagenan menggambarkan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Dalam hal ini, principal adalah pemilik atau pemegang saham, dan agen berarti manajemen perusahaan. Teori keagenan menekankan pentingnya memisahkan kepentingan antara principal dan agen. Di sinilah terjadi penyerahan pengelolaan perusahaan dari prinsipal ke agen. Pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal hanya tertarik dengan tingkat keuntungan yang di dapat dari perusahaan. Sedangkan pihak manajemen selaku agen hanya memprioritaskan kompensasi yang diperoleh dengan syarat syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Menurut Dhika pada (Kurniawan & Asyik, 2020) menyatakan bahwa teori keagenan menyangkut hubungan kontraktual antara dua pihak yaitu prinsipal dan agen, dimana pemilik perusahaan atau investor menunjuk agen sebagai manajemen yang mengelola perusahaan atas nama pemilik. Salah satu implikasi penting didalam masalah keagenan adalah menyangkut kebijakan keuangan perusahaan, terutama terhadap dua pilihan antara modal sendiri atau utang untuk membiayai kegiatan usaha tersebut.

2.1.2 Profitabilitas

Pengertian profitabilitas menurut (W. K. Wardhani et al., 2021) adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam operasionalnya untuk memperoleh keuntungan serta memberikan gambaran tingkat efektifitas manajemen sebuah perusahaan. Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen

yang lebih besar kepada para pemegang saham, sehingga akan berdampak positif terhadap kepercayaan investor dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan (Widyantari dalam Wardhani et al., 2021). Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan untuk mendapatkan keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Aisyah & Wahyuni, 2020). Tujuan utama profitabilitas adalah mencari untung untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Bagi perusahaan umum, masalah profitabilitas lebih penting daripada masalah profitabilitas, karena keuntungan yang tinggi bukan merupakan indikator apakah suatu perusahaan dapat beroperasi secara efektif. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula efisiensi perusahaan.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas :

1. Pendapatan (*Revenue*) : Semakin tinggi pendapatan perusahaan, semakin besar potensi keuntungan yang dapat dihasilkan.
2. Biaya operasional (*Operational Costs*) : Pengelolaan biaya yang efisien dapat meningkatkan profitabilitas. Ini termasuk biaya produksi, gaji, bahan baku, dan lainnya.
3. Harga jual (*Selling Price*) : Kemampuan perusahaan untuk menetapkan harga yang sesuai dengan pasar dan nilai produk akan mempengaruhi margin keuntungan.
4. Volume penjualan (*Sales Volume*) : Jumlah produk atau jasa yang terjual akan langsung mempengaruhi tingkat Profitabilitas.
5. Produktivitas karyawan (*Employee Productivity*) : Karyawan yang produktif dan efisien dapat membantu mengurangi biaya dan meningkatkan output.
6. Kualitas produk/jasa (*Quality of Products/Services*) : Produk atau jasa berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong penjualan berulang.

7. Kondisi ekonomi (*Economic Conditions*) : Situasi ekonomi makro seperti inflasi, suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi juga mempengaruhi Profitabilitas.
8. Persaingan (*Competition*) : Tingkat persaingan di pasar dapat mempengaruhi harga dan volume penjualan, serta strategi pemasaran perusahaan.
9. Manajemen (*Management*) : Kepemimpinan dan strategi manajemen yang efektif dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan meningkatkan Profitabilitas.

b. Fungsi Profitabilitas :

1. Pengukuran kinerja : Profitabilitas digunakan untuk mengukur kinerja finansial perusahaan dan efektivitas strategi bisnisnya.
2. Pengambilan keputusan : Informasi profitabilitas membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis, seperti ekspansi, investasi, atau pengurangan biaya.
3. Penilaian kesehatan keuangan : Investor dan kreditur menggunakan indikator profitabilitas untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan dan risiko investasi.
4. Penentuan kebijakan dividen : Tingkat profitabilitas mempengaruhi keputusan perusahaan terkait distribusi dividen kepada pemegang saham.
5. Pemantauan efisiensi operasional : Analisis profitabilitas membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan efisiensi.

c. Indikator Profitabilitas :

1. Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Mengukur persentase pendapatan yang tersisa setelah dikurangi biaya produksi langsung.

2. Margin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

$$\text{Margin Laba Operasional} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Mengukur persentase pendapatan yang tersisa setelah semua biaya operasional dikurangi, tetapi sebelum pajak dan bunga.

3. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Mengukur persentase pendapatan yang tersisa setelah semua biaya, termasuk pajak dan bunga, dikurangi.

4. *Return on Assets* (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan.

5. *Return on Equity* (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

Mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas yang diinvestasikan oleh pemegang saham.

Dengan memahami profitabilitas beserta faktor, fungsi, dan indikatornya, perusahaan dapat mengelola dan meningkatkan kinerja finansialnya dengan lebih efektif.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan mengacu pada skala atau besaran suatu perusahaan yang dapat diukur dengan berbagai kriteria seperti total aset, pendapatan, jumlah karyawan, atau pangsa pasar. Ukuran perusahaan sering kali digunakan untuk menilai kapasitas operasional dan kekuatan pasar perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar-nya perusahaan. Seberapa besar perusahaan dapat secara dilihat baik dari skala perusahaan, jumlah aset yang dimiliki perusahaan, frekuensi penjualan, pangsa pasar dan faktor lainnya, perusahaan yang besar akan menimbulkan kesan memiliki kepastian atau going concern yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, dan juga akan lebih mudah dalam memperoleh pembiayaan eksternal (Agustin Ekadjaja, 2021). Jika sumber dana tersebut benar-benar dapat dikelola secara optimal sehingga feedback usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya karena dianggap sebagai prospek yang baik pada perusahaan.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi ukuran perusahaan :

1. Total aset (*Total Assets*) : Besarnya nilai total aset yang dimiliki perusahaan, termasuk properti, peralatan, dan inventaris.
2. Pendapatan (*Revenue*) : Jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dari penjualan barang atau jasa.
3. Jumlah karyawan (*Number of Employees*) : Total jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan oleh perusahaan.
4. Kapasitas produksi (*Production Capacity*) : Kemampuan perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa dalam jumlah tertentu.
5. Pangsa pasar (*Market Share*) : Persentase dari total penjualan dalam industri tertentu yang dikontrol oleh perusahaan.
6. Modal (*Capital*) : Besarnya modal yang diinvestasikan dalam perusahaan, baik dari ekuitas pemegang saham maupun utang.

7. Lokasi geografis (*Geographical Reach*) : Jangkauan geografis operasi perusahaan, apakah bersifat lokal, nasional, atau internasional.
8. Diversifikasi produk (*Product Diversification*) : Jumlah dan variasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b. Fungsi Ukuran Perusahaan :

1. Penilaian risiko : Ukuran perusahaan membantu dalam penilaian risiko kredit oleh pemberi pinjaman dan investor. Perusahaan besar sering dianggap memiliki risiko lebih rendah.
2. Pengambilan keputusan strategis : Manajemen menggunakan ukuran perusahaan untuk merencanakan ekspansi, diversifikasi, dan strategi operasional.
3. Perencanaan dan anggaran : Ukuran perusahaan mempengaruhi perencanaan dan pengalokasian sumber daya serta anggaran tahunan.
4. Pemasaran dan Brand : Perusahaan besar memiliki kapasitas untuk investasi lebih besar dalam pemasaran dan pembangunan brand.
5. Kepatuhan dan Regulasi : Perusahaan dengan ukuran tertentu mungkin harus mematuhi lebih banyak regulasi dan standar pelaporan.

c. Indikator Ukuran Perusahaan :

1. Total Aset (*Total Assets*) : Mengukur jumlah keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Total Aset} = \text{Aset Lancar} + \text{Aset Tetap}$$

2. Pendapatan (*Revenue*) : Mengukur total pendapatan dari penjualan barang atau jasa.

$$\text{Pendapatan} = \text{Penjualan Kotor} - \text{Pengembalian Barang} - \text{Diskon Penjualan}$$

3. Jumlah Karyawan (*Number of Employees*) : Mengukur total tenaga kerja yang dipekerjakan oleh perusahaan.

Jumlah Karyawan = Total Karyawan Penuh Waktu + Total Karyawan Paruh Waktu

4. Kapitalisasi Pasar (*Market Capitalization*) : Mengukur nilai pasar dari ekuitas perusahaan.

Kapitalisasi Pasar = Harga Saham x Jumlah Saham Beredar

5. Laba Bersih (*Net Income*) : Mengukur keuntungan bersih perusahaan setelah semua biaya dan pajak.

Laba Bersih = Total Pendapatan – Total Biaya – Pajak

6. Ekuitas Pemegang Saham (*Shareholder's Equity*) : Mengukur nilai total ekuitas yang dimiliki oleh pemegang saham perusahaan.

Ekuitas Pemegang Saham = Total Aset – Total Liabilitas

7. Pangsa Pasar (*Market Share*) : Mengukur persentase penjualan perusahaan di pasar tertentu.

Pangsa Pasar = $\frac{\text{Penjualan perusahaan}}{\text{total penjualan industri}} \times 100\%$

Dengan memahami ukuran perusahaan beserta faktor, fungsi, dan indikatornya, manajemen dan pemangku kepentingan dapat mengevaluasi kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan dengan lebih baik.

2.1.4 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional mengacu pada persentase saham suatu perusahaan yang dimiliki oleh lembaga keuangan besar, seperti reksa dana, dana pensiun, dana lindung nilai, asuransi, dana abadi, dan juga jenis manajer aset yang lainnya. Lembaga-lembaga ini biasanya berinvestasi atas nama klien mereka, yang dapat mencakup investor, perorangan, pensiunan, dan perusahaan. Investor institusi sering dikontraskan dengan investor ritel, yaitu investor individu yang membeli saham untuk portofolionya sendiri. Struktur kepemilikan perusahaan

memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh struktur kepemilikan, motivasi pemilik dan *corporate governance* dalam proses insentif yang membentuk motivasi manajer. Pemilik akan berusaha merancang berbagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan, sehingga peran pemilik dapat dikatakan sangat penting dalam menentukan keberlangsungan perusahaan. Kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan kinerja manajer yang lebih optimal karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajer (T. S. Wardhani et al., 2017).

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan (firm value atau enterprise value) adalah ukuran keseluruhan nilai suatu perusahaan di pasar. Menurut (Dewi dan Sujana pada W. K. Wardhani & Titisari, 2021) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Tujuan dari perusahaan selain meningkatkan laba yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dicerminkan oleh harga sahamnya, artinya harga saham merupakan harga yang dibayarkan investor untuk memiliki suatu perusahaan oleh sebab itu harga saham dijadikan petunjuk bagi nilai perusahaan. Investor menggunakan rasio keuangan untuk menentukan nilai pasar perusahaan. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan :

1. Pendapatan dan Laba (*Revenue and Profit*) : Tingkat pendapatan dan laba perusahaan merupakan indikator utama kesehatan keuangan dan kemampuan menghasilkan keuntungan.
2. Aset dan Liabilitas (*Assets and Liabilities*) : Total aset dan liabilitas perusahaan mempengaruhi nilai buku dan nilai pasar perusahaan.
3. Arus Kas (*Cash Flow*) : Arus kas yang stabil dan positif menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial dan mendanai operasi serta ekspansi.
4. Pertumbuhan (*Growth*) : Prospek pertumbuhan perusahaan, termasuk ekspansi pasar dan inovasi produk, meningkatkan daya tarik investasi.
5. Struktur Modal (*Capital Structure*) : Kombinasi utang dan ekuitas dalam struktur modal perusahaan mempengaruhi risiko dan biaya modal.
6. Kepemimpinan dan Manajemen (*Leadership and Management*) : Kualitas tim manajemen dan dewan direksi memainkan peran penting dalam menentukan arah strategis dan kinerja perusahaan.
7. Kondisi Pasar dan Ekonomi (*Market and Economic Conditions*) : Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, tingkat suku bunga, dan sentimen pasar mempengaruhi nilai perusahaan.
8. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial (*Sustainability and Corporate Social Responsibility*) : Praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

b. Fungsi Nilai Perusahaan :

1. Menarik Investor : Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek keuntungan yang baik, menarik investor untuk membeli saham atau berinvestasi.
2. Mengukur Kinerja : Nilai perusahaan digunakan untuk mengevaluasi kinerja finansial dan operasional perusahaan dari waktu ke waktu.
3. Penilaian dalam Merger dan Akuisisi : Dalam proses merger dan akuisisi, nilai perusahaan digunakan untuk menentukan harga yang tepat.
4. Strategi Pembiayaan : Nilai perusahaan membantu dalam merencanakan strategi pembiayaan, termasuk keputusan terkait utang dan ekuitas.
5. Penyusunan Anggaran dan Perencanaan : Menjadi dasar dalam penyusunan anggaran dan perencanaan jangka panjang.
6. Menjaga Reputasi : Nilai Perusahaan yang baik menunjukkan reputasi yang positif di pasar, yang dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan.

c. Indikator Nilai Perusahaan

1. *Enterprise Value* (EV) : Ukuran nilai total perusahaan, termasuk ekuitas pasar, utang, dan kas.

$$\text{Enterprise Value} = \text{Market Capitalization} + \text{Total Debt} - \text{Cash and Cash Equiva}$$

2. *Price-to-Earnings Ratio* (P/E Ratio) : Mengukur harga saham perusahaan relatif terhadap laba per saham (EPS).

$$\text{P/E Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per Saham (EPS)}}$$

3. *Price-to-Book Value* (PBV) : Mengukur harga pasar saham relatif terhadap nilai buku per saham.

$$P/B \text{ Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

4. *Return on Equity* (ROE) : Mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas pemegang saham.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

5. *Return on Assets* (ROA) : Mengukur efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

6. *Debt-to-Equity Ratio* (D/E Ratio) : Mengukur tingkat *leverage* perusahaan, yaitu perbandingan antara total utang dan ekuitas.

$$D/E \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

7. *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization* (EBITDA) : Mengukur kinerja operasional perusahaan sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi.

$$EBITDA = \text{Laba Operasional} + \text{Depresiasi} + \text{Amortisasi}$$

Dengan memahami nilai perusahaan beserta faktor, fungsi, dan indikatornya, pemangku kepentingan dapat menilai kinerja dan prospek masa depan perusahaan dengan lebih baik, serta membuat keputusan yang lebih tepat terkait investasi dan manajemen perusahaan.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian. Dasar atau acuan yang berupa teori atau temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan Pengaruh Nilai Perusahaan.

No	Nama Peneliti, Judul, dan Tahun Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel yang digunakan	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Widya Kusuma Wardhani , Kartika Hendra Titisari, Suhendro (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan	Mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas, struktur modal, Ukuran Perusahaan dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan.	Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance, Nilai Perusahaan.	Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan struktur modal, dewan komisaris dan komite audit tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2.	Diah Puspita Sari (2021), Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran	Melihat adanya pengaruh variabel Profitabilitas, kepemilikan	Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional,	Pemilihan sampel melalui metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan	Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan,

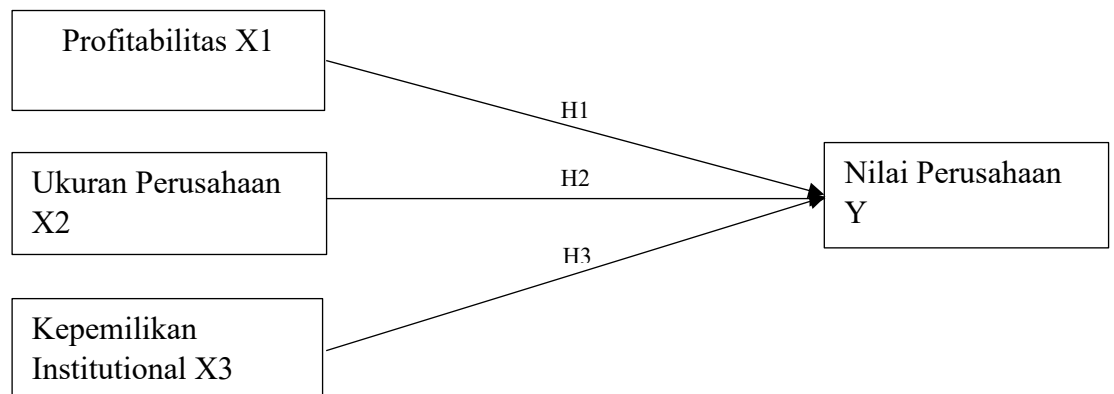
	Perusahaan, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan	Institusional, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan.	adalah statistic deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.	Likuiditas secara parsial mempengaruhi Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan secara parsial tidak mempengaruhi nilai perusahaan, kepemilikan institusional secara parsial mempengaruhi Nilai Perusahaan..
3.	Dita Meilana Sari (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan.	Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.	Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Deviden, Nilai Perusahaan	Purposive Sampling, analisis regresi linear berganda.	Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan deviden berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Rizqia Muharramah, Mohamad Zulman Hakim (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan,	mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan.	Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas, Nilai Perusahaan.	Teknik analisis data menggunakan regresi data panel dengan program Eviews 9. 0	Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan. Sementara Leverage dan Profitabilitas tidak

	Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (Ln) Total Aset, Leverage diukur dengan Debt Equity to Ratio (DER), Profitabilitas diukur dengan Return On Asset (ROA) dan Nilai Perusahaan diukur dengan Price to Book Value (PBV).			mempengaruhi Nilai Perusahaan
5.	Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur.	mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Profitabilitas, likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.	uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas. kemudian diikuti dengan hasil analisis regresi linier berganda, uji simultan (uji statistik F), uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) dan uji koefisien determinasi	Profitabilitas, likuiditas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3 Model Konseptual Penelitian

Nilai perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam kelangsungan aktivitas perusahaan, sehingga dalam pengelolaannya diperlukan perhatian yang khusus. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik, dapat menyebabkan kegiatan operasional menjadi kurang efektif. Perusahaan yang bernilai tinggi biasanya mempunyai harga saham yang tinggi pada nilai pasar nya. Hal itu kemungkinan dipengaruhi dari kinerja pengelolaan dan kinerja keuangan perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang cukup dari aktivitas operasinya kemungkinan besar memiliki kondisi keuangan yang sehat karena tidak bergantung pada sumber pembiayaan yang berasal dari luar perusahaan. Selain pengelolaan perusahaan dan profitabilitas, ukuran perusahaan juga merupakan salah satu hal yang kemungkinan berpengaruh pada pengukuran nilai perusahaan. Dalam hal ini apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Penelitian



Berdasarkan model penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

H1 : Diduga profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 : Diduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H3 : Diduga kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai

Perusahaan

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis 1 : Diduga profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Semakin baik kinerja keuangan manajemen perusahaan dalam menghasilkan pendapatan optimal dari modal yang ditanamkan maka semakin tinggi keuntungan yang dicapai yang juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Return on equity memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat (Mardiyanti pada Esmeralda & Aisyah, 2018).

Hipotesis 2 : Diduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Ukuran Perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan. Umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda (2016) pada Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, 2019). Ukuran Perusahaan yang berskala besar lebih mudah meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor untuk berinvestasi serta lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pihak kreditur. Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil (Riyanto pada Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, 2019)

Hipotesis 3 : Diduga kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keberadaan investor institusional dianggap mampu mengoptimalkan pengawasan kinerja manajemen dengan memonitoring setiap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen selaku pengelola perusahaan. Hasil penelitian (Kurniawan, n.d.) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. kepemilikan institusional bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan pada umumnya dan manajer sebagai pengelola perusahaan pada khususnya. Hal tersebut didasarkan pada logika, bahwa pengawasan yang dilakukan oleh institusi nantinya dapat menghalangi sikap *opportunistic* manajer. Upaya *monitoring* yang dilakukan oleh pihak institusional tidak hanya dimiliki oleh pihak lembaga keuangan dan sejenisnya. Pengawasan oleh institusi akan meminimalisasi tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional ditunjukkan dengan tingginya persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak institusi. Kepemilikan institusional pada umumnya memiliki proporsi kepemilikan dalam jumlah yang besar sehingga proses monitoring terhadap manajer menjadi lebih baik.