

SKRIPSI

**LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFIBILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple

, Amazon, Alphabet, 2011-2020)

MUHAMMAD FATAHILLAH

A021181539



DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

SKRIPSI

**LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple
, Amazon, Alphabet, 2011-2020)**

Sebagai salah satu persyaratan untuk meperoleh gelar Sarjana
Ekonomi

MUHAMMAD FATAHILLAH

A021181539



kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFIBILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple

, Amazon, Alphabet, 2011-2020)

disusun dan diajukan oleh

M.FATAHILLAH

A021181539

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 2 Februari 2023

Pembimbing I



Dr. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si
NIP 196806291994031002

Pembimbing II



Dr. Mursalim Nohong, S.E., M.Si
NIP 197106192000031001

Ketua Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Andi Aswan, S.E., MBA, M.Phil.
NIP. 19770510 200604 1 003

SKRIPSI

LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFIBILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple

, Amazon, Alphabet, 2011-2020)

Disusun dan diajukan oleh

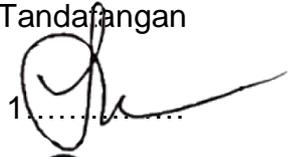
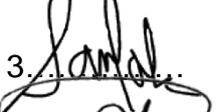
M.FATAHILLAH

A021181539

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 8 Februari
2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tandatangan
1	Dr.Muhammad Sobarsyah,S.E.,M.Si	Ketua	1..... 
2	Dr.Mursalim Nohong ,S.E.,M.Si	Sekretaris	2..... 
3	Prof.Dr.H.SyamsuAlam,S.E.,M.Si.CIPM.,CWM	Anggota	3..... 
4	Andi Aswan,S.E.,MBA.,M.Phil.,DBA.,CWM	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Andi Aswan, S.E., MBA, M.Phil.
NIP. 19770510 200604 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : M.Fatahillah

NIM : A021181539

Departemen/Program Studi : Manajemen S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFIBILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple
, Amazon, Alphabet, 2011-2020)**

Adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 2 Februari 2023
Yang membuat. pernyataan

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '1000', 'METER TEMPEL', and the serial number '45DADAJX013324299'. The signature is written in black ink over the stamp.

M. Fatahillah

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum wa Rohmatullahi wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabiil 'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Leverage,Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google,Apple,Amazon,Alphabet,2011-2020)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada program sarjana di Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Shalawat serta salam semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa mencurahkan kepada Nabi kita, Muhammad Shalallahu Alaihi Wasallam beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan pedoman dan sari tauladan yang terbaik hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang tulus dan tak terhingga kepada.

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wasallam yang merupakan sumber dari segala ilmu pengetahuan dan hanya atas rahmat dan izin-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ucapan terimakasih kepada orang tua tercinta, almarhum Ayahanda Syarif Mochtar Salampessy dan Ibunda Yoke Trizanna Burhamzah serta saudara-saudaraku Siti Indah Pratiwi, Muhammad Saadillah, Siti Kamilah yang senantiasa memberikan doa, nasehat, dukungan, dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dra. Hj. Dian Parawansa M.Si., Ph.D., CMW dan Bapak Andi Aswan, SE., MBA., DBA selaku Ketua dan Sekretaris Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

4. Bapak Dr.Muhammad Sobarsyah SE.,M.Si. sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Dr.Mursalim Nohong S.E.,M.Si sebagai dosen pembimbing II atas waktu yang telah diluangkan dan kebaikan dalam memberikan bimbingan, pengarahan, serta saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Prof.Dr.H.SyamsuAlam,S.E.,M.Si.,CIPM.,CWM dan Bapak Andi Aswan,S.E.,MBA.,M.Phil.,DBA.,CWM sebagai dosen tim penguji atas waktunya dan memberi arahan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Penasehat Akademik, Ibu Daniella Cynthia Sampepajung, S.E.,M.Sc. atas berbagai saran dan bantuannya selama penulis masih menjalankan masa studi.
7. Bapak-Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang selama ini telah banyak memberikan pelajaran dan pandangan baru selama masa perkuliahan.
8. Bapak-Ibu staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah membantu peneliti dalam kelancaran urusan akademik.
9. Para teman-teman yang selalu mendukung dan membantu peneliti dalam penulisan skripsi ini.
10. Serta Diva yang selalu memberikan saya dukungan penuh dan motivasi sehingga skripsi saya dapat selesai pada waktunya. Dan teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini hingga terselesaikannya dengan baik yang tak sempat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini menjadi suatu karya yang berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

ABSTRAK

LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple
, Amazon, Alphabet, 2011-2020)

M. Fatahillah

Muhammad Sobarsyah

Mursalim Nohong

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan teknologi google, apple, amazon, alphabet. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder. Data yang digunakan diperoleh dari *annual report* perusahaan teknologi dari tahun 2011-2020. Penentuan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* yang kemudian dari kriteria yang ditetapkan terpilih sebanyak 4 perusahaan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi. Secara simultan variabel leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi.

Kata Kunci : Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

This research was conducted with the aim of analyzing leverage, company size, and profitability on the value of technology companies google, apple, amazon, alphabet. This research uses a type of quantitative research using secondary data. The data used was obtained from the annual reports of technology companies from 2011-2020. Determination of the sample was determined by purposive sampling method, then from the established criteria, 4 companies were selected as samples. The results showed that partially leverage, firm size, and profitability have a significant effect on firm value in technology companies. Simultaneously the variables leverage, firm size, and profitability affect firm value in technology companies.

Keywords : Leverage, Company Size, Profitability, Company Value

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
SKRIPSI.....	2
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	14
1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN.....	23
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	23
1.4 MANFAAT PENELITIAN	24
BAB II.....	26
TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1. LEVERAGE.....	26
2.1.1 Pengertian Leverage.....	26
2.1.2 Tujuan Leverage.....	28
2.1.3 Manfaat Leverage.....	29
2.1.4 Jenis-jenis Leverage.....	30
2.2 UKURAN PERUSAHAAN.....	32
2.2.1. Pengertian Ukuran Perusahaan.....	32
2.2.2 Tujuan Ukuran Perusahaan	35
2.2.3 Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan.....	36
2.3 PROFITABILITAS.....	39
2.3.1 Pengertian Profitabilitas.....	39
2.3.2 Tujuan Profitabilitas.....	40
2.3.3 Manfaat Profitabilitas	41
2.3.4 Jenis-Jenis Profitabilitas	42
2.4 NILAI PERUSAHAAN.....	45
2.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	45
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.....	46
2.4.3 Jenis-Jenis Ukuran Nilai Perusahaan.....	49
2.6 KERANGKA PENELITIAN.....	53
2.7 HIPOTESIS.....	54
BAB III.....	55
METODE PENELITIAN	55
3.1 RANCANGAN PENELITIAN.....	55
3.2 TEMPAT DAN WAKTU.....	55
3.3. POPULASI DAN SAMPEL.....	55
3.4 JENIS DAN SUMBER DATA	57
3.4.1 Jenis Data.....	57
3.4.2 Sumber Data.....	57
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	58
3.6 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	58
3.7 INSTRUMEN PENELITIAN	60
3.8 ANALISIS DATA.....	61

3.8.1 Uji Asumsi Klasik	61
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.8.3 Pengujian Hipotesis	65
BAB IV	67
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	67
4.2 DESKRIPSI TEKNIK ANALISIS DATA	78
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.1.1 Uji Normalitas.....	78
4.2.1.2 Uji Multikolinearitas.....	79
4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.2.1.4 Uji Autokorelasi.....	80
4.2.2 Uji HIPOTESIS.....	83
4.2.3.1 Uji Parsial (Uji Statistik T).....	83
4.2.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	84
4.2.3.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.3 ANALISIS DAN IMPLEMENTASI	86
4.3.1 Leverage terhadap Nilai Perusahaan.....	86
4.3.2 Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	86
4.3.3 Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	86
BAB V	88
PENUTUP	88
5.1 KESIMPULAN.....	88
5.2 SARAN	88
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar nilai perusahaan teknologi Google,Apple,Alphabet,Amazon periode 2015-2020(US \$)	16
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3. 1Daftar Perusahaan Sampel	57
Tabel 4. 1Statistik Deskriptif	78
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 3Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 4. 4Hasil Analisis Linear Berganda	81
Tabel 4. 5 Hasil uji signifikan parsial (uji statistik T)	83
Tabel 4. 6Hasil uji signifikan simultan (Uji Statistik F)	84
Tabel 4. 7Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	93
LAMPIRAN 2	95
LAMPIRAN 3	97
LAMPIRAN 4	99
LAMPIRAN 5	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kurun satu dasawarsa terakhir industri berkembang sangat pesat seiring dengan memasuki era industri 4.0. Era tersebut lebih dikenal dengan era digital, dengan beragam aktivitas yang berkaitan dengan teknologi yang akan mendukung percepatan roda ekonomi global. Tentunya ada beragam teknologi yang telah diciptakan namun. Teknologi tersebut menjadi usang dengan kehadiran perangkat baru di zamannya. Kilas balik ke era 90an, pada tahun tersebut telah banyak bermunculan teknologi dengan berbagai perangkat analog yang digunakan masyarakat dunia, mulai dari alat telekomunikasi, informasi sampai dengan game juga ada di tahun tersebut. Namun, ketika era semakin maju dan teknologi tumbuh berkembang semakin canggih, teknologi tersebut yang dulunya sangat diminati atau populer, kini banyak menjadi koleksi para kolektor sebagai barang sejarah.

Namun dibalik dari pesatnya pertumbuhan tersebut bisnis teknologi juga menyisakan beberapa resiko fundamental. Resiko tersebut tidak terlepas dari ketatnya persaingan di bidang industri tersebut. Bill Gates

menjelaskan bahwa perkembangan teknologi terbaru lahir setiap 30 menit sehingga hampir tidak ada waktu jeda antara barang lama ke barang baru. Olehnya kompetisi tersebut memicu persaingan yang sangat ketat di antara para pemain di industri teknologi.

Menyikapi hal tersebut diatas, maka tentulah persaingan di bidang industri teknologi sangat ketat, karena umur produknya masih terhitung cukup singkat. Melihat bagaimana kelahiran dan kejatuhan para pemain dibidang industri, sebutkanlah semisal para pemain di industri telekomunikasi (mobile phone) seperti Nokia, Siemens, O2, Ericsson, Philips dan PDA. Begitu juga para pemain di bisnis dunia maya, seperti Yahoo, Napster, Alta vista, dan lain-lain yang dulunya menjadi raja dibidang industri telekomunikasi dan internet browser. Perusahaan tersebut adalah pemain besar di industri teknologi di awal abad 21, namun mereka hilang tanpa bekas.

Jika melihat kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut umumnya memiliki kinerja laba yang cukup tinggi, hal tersebut terlihat pada table dibawah ini.

Perkembangan harga saham dalam jangka 5 tahun.

Tabel 1. 1 Daftar nilai perusahaan teknologi Google,Apple,Alphabet,Amazon periode 2015-2020(US \$)

Tahun	Apple	Alphabet/Google	Amazon
2015	28,30	36,94	32,01
2016	29,20	40,20	39,80
2017	42,34	51,85	61,46
2018	37,06	51,83	78,77
2019	74,36	68,03	93,75
2020	126,86	86,80	157,08

Sumber:Nasdaq.com

Pertumbuhan laba tersebut menggambarkan kinerja perusahaan yang cukup baik,namun seiring dengan perkembangan dunia teknologi justru perusahaan tersisihkan oleh para pesaing pendatang baru. Melihat dari prestasi yang telah perusahaan catat, hampir tidak mungkin perusahaan terdahulu dikalahkan oleh pendatang baru,namun kenyataannya justru bertolak belakang. Olehnya,perusahaan yang berbasis teknologi umumnya sangat peka terhadap perubahan zaman ,khususnya kehadiran teknologi baru yang memiliki asas manfaat yang lebih banyak dibandingkan dengan produk yang lama.

Ketidakpastian terhadap selera pasar pada industri teknologi yang membuat para pelaku bisnis tersebut hanya bisa meraba namun tak dapat menerawang kejadian apa yang akan terjadi berikutnya, beda halnya dengan industri makanan dan minuman ataupun fashion yang nyaris tidak memiliki celah atau gap terhadap pasar industri makanan dan minuman di masa yang akan datang.

Maka dari itu, salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Peningkatan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin sejahtera para pemegang saham. Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer maupun bagi seorang investor.

Tujuan perusahaan yang utama adalah memperhatikan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor yang ingin menginvestasikan dana pada perusahaan. Nilai perusahaan dipasar modal akan meningkat apabila ditandai dengan tingkat

pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan yang sudah terdaftar go public di pasar modal tercermin dalam bentuk harga saham perusahaan (Mardiyati, dkk, 2012).

Nilai perusahaan adalah harga yang dibayarkan oleh investor ataupun calon investor melalui kepemilikan saham serta pergerakan harga sahamnya. Peningkatan maupun penurunan harga saham berpengaruh signifikan bagi nilai sebuah perusahaan, meskipun bukan merupakan satu-satunya penentu. Terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya adalah keputusan Investasi, merupakan ketetapan yang dibuat oleh pihak perusahaan dalam membelanjakan dana yang dimilikinya dalam bentuk aset tertentu dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang (Nahdirroh, 2013).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel bebas. Leverage atau solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (Kasmir, 2012:151). Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Leverage yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin

besar pula. Perusahaan dengan leverage yang rendah memiliki risiko leverage yang rendah pula. Rasio leverage dapat diukur dengan menggunakan debt to equity ratio (DER).

Debt to equity ratio (DER) merupakan perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri atau ekuitas dalam pendanaan perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya dengan modal sendiri. Semakin tinggi nilai rasio ini berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. DER digunakan sebagai pengukur seberapa jauh suatu perusahaan dibiayai oleh kreditur.

Semakin besar leverage maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Semakin rendah tingkat leverage maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor (Mareta, 2014).

Rasio profitabilitas sebagai alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2012: 196). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba

dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2010:122). Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin baik pula kondisi perusahaan, semakin besar pula penghasilan diperoleh perusahaan dan akan meningkatkan pula harga saham perusahaan yang bersangkutan (Mareta, 2014). Dengan kata lain dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Analisa, 2011). Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan karena nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan penjualan (Sudarmadji dan Sularto,2007).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan, yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Maryam, 2014) .

Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena

kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar.

Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga size bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Perusahaan yang lebih besar kemungkinan mendapat pinjaman dalam jumlah besar dibandingkan dengan perusahaan kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar, sehingga tingkat kepercayaan bank akan lebih tinggi. Adapun penelitian menurut Dewi dan Wirajaya (2013) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian oleh Novari dan Lestari (2016) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasionalnya. Menurut Horne (1994) leverage menyangkut penggunaan dana bagi perusahaan untuk membayar biaya tetap dengan maksud untuk meningkatkan hasil pengembalian bagi pemegang saham. Leverage dapat menjadi salah satu alat yang digunakan untuk meningkatkan modal dalam rangka meningkatkan keuntungan perusahaan perusahaan menggunakan hutang sebagai pendanaan operasionalnya dengan harapan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan laba maksimal serta memakmurkan pemegang saham. Kenaikan

leverage dapat meningkatkan risiko arus laba bagi pemegang saham biasa, investor dihadapkan pada trade off antara risiko dan hasil pengembalian yang diharapkan. Hasil pengembalian yang tinggi dapat menyebabkan harga saham tinggi, sebaliknya hasil pengembalian yang rendah akan membuat harga saham rendah, sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan yang terlalu banyak menggunakan hutang sebagai pendanaannya dianggap tidak sehat karena hutang yang dimiliki lebih besar dibandingkan aset yang dimiliki, sehingga akan meningkatkan risiko perusahaan. Risiko yang besar membuat investor berhati hati dalam menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Penelitian oleh Astriani (2014) menyebutkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Novari dan Lestari (2016) leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan cenderung menggunakan laba ditahan maupun modal saham daripada menggunakan hutang.

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan efisiensi atas penggunaan aset perusahaan serta merupakan salah satu aspek yang penting sebagai acuan oleh investor atau pemilik dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Sujoko dan Soebiantoro (2007) menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, terutama dalam memberikan dividen kepada para pemegang saham. Apabila profitabilitas perusahaan

baik, maka pemilik perusahaan dan kreditur akan melihat bagaimana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan keuntungan maksimal akan menghasilkan profitabilitas yang tinggi, sehingga nilai perusahaan akan dinilai baik oleh investor. Profitabilitas menjadi daya tarik utama bagi pemilik perusahaan karena profitabilitas merupakan hasil yang diperoleh manajemen atas dana yang diinvestasikan oleh investor.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ini akan menganalisis “LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Perusahaan Teknologi Google, Apple, Amazon, Alphabet, 2015-2020)

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap risiko utang, dalam hal ini *debt to asset ratio*?
2. Apakah BOPO yang cukup tinggi berdampak terhadap rasio utang?
3. Apakah *Tangible Asset Debt Coverage* (TAD) berpengaruh terhadap (Debt To Asset Ratio) DAR .
4. Apakah *current ratio* berpengaruh terhadap (Debt To Asset Ratio) DAR?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengelolaan manajemen laba yang buruk ,berpengaruh signifikan terhadap risiko utang,dalam hal ini *debt to asset ratio*.
2. Untuk menguji apakah perusahaan tidak efisien dalam beroperasi sehingga rasio BOPO yang cukup tinggi berdampak terhadap rasio utang.
3. Untuk menguji apakah Tangible Asset Debt Coverage (TAD) berpengaruh terhadap (Debt To Asset Ratio) DAR.
4. Untuk menguji apakah *current ratio* berpengaruh terhadap (Debt To Asset Ratio) DAR.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Untuk menghindari Tindakan nilai perusahaan yang berlebihan,atau bahkan secara keseluruhan. Karena informasi pada laporan keuangan yang dilaporkan, sangat penting dan menentukan

keputusan masa depan bagi para pengguna informasi dan kelangsungan hidup perusahaan jangka Panjang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis serta menambah pengetahuan dan bukti empiris tentang nilai perusahaan dan faktor yang mempengaruhi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Leverage

2.1.1 Pengertian Leverage

Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk kategori extreme leverage (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang memiliki beban tetap dengan tujuan untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi para pemegang saham (Musfitria, 2016).

Rasio leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya. Teori keuangan menganggap leverage merupakan salah satu sumber risiko, maka semakin besar leverage perusahaan akan mengakibatkan semakin tinggi resiko bagi pemegang ekuitas (Acheampong, Agalega, & Shibu, 2014). Dengan adanya angka leverage yang tinggi berdampak pada penilaian investor terhadap perusahaan dan mengakibatkan turunnya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Menurut Harahap (2013) dalam Yudiana & Yadnyana (2016) leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar. Apabila dana internal yang dimiliki perusahaan tidak mencukupi, maka perusahaan dituntut untuk melakukan pendanaan eksternal. Leverage merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang berasal dari pemilik dengan dana yang dipinjam perusahaan dari kreditur.

Dalam arti luas dikatakan bahwa leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2017:151).

Menurut Hery (2017:162) menyatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Semakin tinggi leverage perusahaan, semakin tinggi ketergantungan perusahaan pada pembiayaan asetnya melalui pinjaman atau hutang.

2.1.2 Tujuan Leverage

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi. Namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan.

Tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio leverage menurut Kasmir (2017:153) :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelola aktiva;
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;

7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. Tujuan lainnya.

2.1.3 Manfaat Leverage

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau leverage ratio adalah

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisa seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisa seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri; dan Manfaat lainnya.

2.1.4 Jenis-jenis Leverage

Metode pengukuran rasio leverage yang didefinisikan oleh Kasmir (2017:155) secara umum terdapat lima jenis rasio leverage yang sering digunakan oleh perusahaan, antara lain :

1. Debt to total assets ratio (Rasio Utang)

Debt ratio merupakan rasio yang melihat perbandingan utang yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva suatu perusahaan.

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2. Debt to equity ratio (Rasio Utang terhadap Modal)

Rasio ini digunakan untuk menilai perbandingan antara utang dengan ekuitas suatu perusahaan. Debt to equity ratio ini ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditur.

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

3. Time interest earned ratio (Rasio Jumlah Bunga yang Diperoleh)

Rasio ini juga disebut dengan rasio kelipatan. Time interest earned ratio merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan (financial distress) karena tidak mampu membayar bunga.

$$\text{TIER} = \frac{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}{\text{Biaya Bunga}} \times 100\%$$

4. Fixed charge coverage (Rasio Cakupan Biaya Tetap)

Rasio ini disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio ini menyerupai Time interest earned ratio hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (lease contract). Rasio Fixed charge coverage ini mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa.

$$\text{FCC} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}} \times 100\%$$

5. Long-term debt to equity ratio (Rasio Hutang Jangka Panjang)

Rasio ini merupakan rasio jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan pinjaman utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Long-term debt merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya.

$$\text{LTDER} = \frac{\text{Total Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

2.2 Ukuran Perusahaan

2.2.1. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Analisa, 2011). Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan karena nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan penjualan (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan

semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan, yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Maryam, 2014).

Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga size bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Dari beberapa defenisi di atas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dilihat melalui kepemilikan total asset, total modal dan total penjualan.

Menurut (Budiasih, 2009) ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk berbagai cara. Ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 jenis yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium – size), dan perusahaan kecil (small firm).

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor dan kreditor karena akan berhubungan dengan risiko

investasi yang dilakukan. Perusahaan dengan ukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari pada stakeholdernya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang berukuran besar juga memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas. Hal ini membuat berbagai kebijakan perusahaan besar akan memberikan dampak yang besar terhadap kepentingan publik dibandingkan perusahaan kecil.

Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga perusahaan tersebut harus melaporkan kondisinya lebih akurat. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap cash flow dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima serta efektivitas peran pemberian perlindungan bagi masyarakat umum (Riandika, 2012).

Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari total aset perusahaan. Semakin banyaknya aset yang dimiliki perusahaan menandakan semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut. Banyaknya aset yang dimiliki perusahaan membuat kegiatan operasi akan lebih kompleks dan bisa memaksimalkan jumlah produksi perusahaan secara lebih efisien. Ini akan berakibat pada peningkatan penjualan dan akhirnya akan meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan.

2.2.2 Tujuan Ukuran Perusahaan

Tujuan dan manfaat dari pengklasifikasian ukuran perusahaan yang pertama adalah dapat dijadikan sebagai *proxy* atas tingkat ketidakpastian saham. Perusahaan berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan lebih mudah didapat jika dibandingkan dengan perusahaan skala kecil. Dengan hal ini, maka ketidakpastian terhadap nilai perusahaan menjadi berkurang yang akan membuat tingkat underpricing pun akan semakin rendah seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diperoleh.

Ukuran perusahaan dapat digunakan sebagai acuan atau pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan lindung nilai (*hedging*). Perusahaan berskala besar cenderung akan melaksanakan lindung nilai. Karena semakin besarnya perusahaan, maka risiko yang akan dialami perusahaan semakin besar. Risiko yang dimiliki perusahaan skala besar lebih banyak karena operasional yang dilakukan biasanya tidak hanya mencakup dalam negeri saja, namun juga melakukan transaksi antar negara.

2.2.3 Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan

Berdasarkan UU Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, ada 2 jenis perusahaan, diantaranya:

1. Perusahaan Menengah/Besar, yaitu perusahaan yang memiliki kegiatan ekonomi dengan laba bersih atau hasil penjualan tahunan usaha, seperti perusahaan milik negara atau perusahaan milik swasta dan perusahaan asing yang menjalankan kegiatan ekonomi di Indonesia.
2. Perusahaan Kecil, yaitu badan hukum yang berdiri di Indonesia dengan jumlah keseluruhan aktivasinya tak lebih dari Rp 20 M; bukan afiliasi dan diatur oleh perusahaan yang buka perusahaan kecil/menengah; dan bukan reksadana.

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah, ada 4 jenis perusahaan diantaranya:

1. Usaha mikro, yaitu jenis usaha ekonomi produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat usaha mikro berdasarkan UU ini. Usaha kecil, yaitu usaha produktif yang didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang tak termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tak langsung merupakan bagian, milik atau kekuasaan usaha besar atau usaha menengah yang memenuhi persyaratan usaha kecil berdasarkan UU ini.

2. Usaha menengah, yaitu usaha produktif yang didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang tak termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tak langsung merupakan bagian, milik atau kekuasaan usaha besar atau usaha menengah dengan total aset atau total penjualan tahunan berdasarkan UU ini.
3. Usaha besar, yaitu usaha produktif yang didirikan badan usaha dengan total aset ataupun hasil penjualan tahunan lebih besar dibandingkan usaha menengah. Contohnya usaha milik negara/swasta, joint venture dan usaha asing yang menjalankan kegiatan perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan pendapat Badan Standardisasi Nasional, ada 3 jenis ukuran perusahaan, diantaranya:

Perusahaan Kecil:

Pengertian perusahaan kecil adalah jenis perusahaan dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), dimana belum termasuk tanah dan bangunan. Selain itu, omzet penjualan paling sedikit Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

Perusahaan Menengah:

Pengertian perusahaan menengah ialah jenis perusahaan dengan kekayaan bersih termasuk tanah dan bangunan senilai Rp. 1-10 Milyar serta omzet penjualan lebih dari Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan tak lebih dari Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Perusahaan Besar:

Pengertian perusahaan besar adalah jenis perusahaan dengan kekayaan bersih termasuk tanah dan bangunan melebihi Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) serta omzet penjualan tahunan melebihi Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, dilihat dari total aset bersih dan hasil penjualan, ada 3 kriteria perusahaan, antara lain:

Usaha Mikro, kriterianya:

Total Aset atau kekayaan bersih yang dimiliki mencapai Rp 50 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha.

Omzet penjualan tahunan mencapai Rp 300 juta.

Usaha Kecil, kriterianya :

Total Aset atau kekayaan bersih yang dimiliki mencapai Rp 50 juta hingga Rp 500 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha.

Omzet penjualan tahunan mencapai Rp 300 juta hingga Rp 2,5 milyar.

Usaha Menengah, kriterianya:

Total Aset atau kekayaan bersih yang dimiliki mencapai Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar, tak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha.

Omzet penjualan tahunan mencapai Rp 2,5 milyar hingga Rp 50 miliar.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Menurut Kasmir (2017) bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan pada suatu periode tertentu. Tingkat pertumbuhan rasio profitabilitas termasuk salah satu jenis rasio keuangan yang sering digunakan oleh para investor dalam melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Kasmir (2017) bahwa dengan adanya perolehan laba yang maksimal maka perusahaan dapat berbuat banyak terhadap kesejahteraan pemilik saham. Hal tersebut tentu akan menarik perhatian para investor dan memicu tingkat permintaan sehingga harga saham akan mengalami kenaikan. Menurut Hery (2017) profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi bahwa perusahaan baik, sehingga dapat memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham dan akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham perusahaan tersebut.

Tujuan dari rasio profitabilitas yaitu untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu. Apabila rasio profitabilitas terus mengalami peningkatan, maka prospek perusahaan dapat dikatakan baik dan berakibat pada permintaan saham yang dapat memicu kenaikan harga saham perusahaan. Perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat,

mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga dapat menciptakan sentimen positif para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Meningkatkan harga di pasar, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila perusahaan menunjukkan kinerja yang buruk maka akan menciptakan pandangan negatif dari para calon investor sehingga nilai perusahaan akan menurun.

2.3.2 Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan, terutama pihak- pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:197), adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.3.3 Manfaat Profitabilitas

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:198), yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.3.4 Jenis-Jenis Profitabilitas

Tujuan yang hendak dicapai perusahaan adalah efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas memiliki jenis-jenis yang dikategorikan sesuai dengan dasar perhitungannya. Berikut jenis-jenis rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016: 199):

1. **Gross Profit Margin (Marjin Laba Kotor)**

Gross profit margin merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. memberikan pendapatnya bahwa *gross profit margin* atau marjin laba kotor yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan.

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

2. **Net Profit Margin (Marjin Laba Bersih)**

Net profit margin merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah unga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. *Net profit margin* disebut juga dengan rasio

pendapatan terhadap penjualan. Marjin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih, ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Marjin dengan laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan. Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:60) *net profit margin* atau marjin laba bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Semakin tinggi *net profit margin*,

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

3. Return On Assets (Tingkat Pengembalian Aktiva)

Return on assets merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Menurut Kasmir (2014:202) ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

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

4. Return on Equity (Tingkat Pengembalian Ekuitas)

Return on equity sering disebut rentabilitas modal sendiri, dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak modal sendiri.

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

5. Earning Per Share (Laba Per Saham)

Earning per share rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{Dividen Saham Prioritas}}{\text{Rata-rata tertimbang saham yang beredar}}$$

2.4 Nilai Perusahaan

2.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Husnan (2014:7) dalam I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda (2017).

Nilai suatu perusahaan dapat meningkat dan dapat juga menurun sesuai dengan kinerja suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan dengan kinerja yang baik dan bagus maka nilai dari perusahaan tersebut akan meningkat namun sebaliknya jika kinerja yang ditunjukkan oleh perusahaan buruk maka nilai perusahaan itu pun menurun dan jatuh. Suatu perusahaan dikatakan berhasil jika banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan itu. Semakin banyak investor maka semakin meningkat nilai suatu perusahaan yang dapat memberikan keuntungan berlimpah bagi perusahaan tersebut (Nerisse Arviana & Raisa Pratiwi, 2017).

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Didirikannya perusahaan bukanlah tanpa tujuan, melainkan membawa tujuan serta visi dan misi yang jelas. Beberapa pendapat memaparkan bahwa tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mencetak keuntungan sebanyak-banyaknya atau sebesar-besarnya. Di sisi lain, ada yang menyatakan bahwa tujuan dari perusahaan adalah untuk mensejahterakan para pemegang saham sekaligus pemilik perusahaan

Ada pendapat lain yang mengemukakan bahwa tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang diwakili dengan harga sahamnya. Pendapat-pendapat tersebut sebenarnya tidak berbeda jauh, hanya penekanannya saja yang berbeda.

Telah banyak disinggung di awal tentang pentingnya nilai perusahaan. Bahkan hal ini menjadi suatu penanda bagi investor dalam memutuskan untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan dari tahun ke tahun menjadi tolak ukur kesuksesan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Menurut Husna (1996), Nilai perusahaan merupakan harga yang akan dibayar calon pembeli jika suatu perusahaan dijual.

Saham:

Telah banyak disinggung di awal bahwa saham merupakan salah satu faktor dalam menilai perusahaan. Bahkan investor pun melihat harga

saham ini sebagai indikator dalam menentukan keputusan berinvestasinya pada perusahaan. Saham dan nilai perusahaan memiliki hubungan yang erat karena keduanya berbanding lurus. Jika harga saham tinggi, maka nilai perusahaan pun akan tinggi pula. Sebaliknya jika harga saham menurun atau rendah, maka secara otomatis nilai perusahaan pun ikut turun. Naik turunnya harga saham ini juga dapat digunakan untuk mengetahui kesejahteraan para pemegang saham di suatu perusahaan.

Kemampuan Perusahaan Menghasilkan Laba:

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga turut mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam istilah ekonomi, hal ini juga sering disebut sebagai profitabilitas. Jika laba yang dihasilkan perusahaan jumlahnya besar dan terus meningkat, tentu nilainya akan naik. Namun jika laba yang dihasilkan perusahaan begitu-begitu saja dan bahkan menurun, maka bisa dipastikan nilai perusahaan pun ikut menurun. Sama seperti saham, hal ini berbanding lurus antara nilai perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Kebijakan Hutang:

Kebijakan hutang yang dilakukan perusahaan juga turut mempengaruhi. Membangun perusahaan dengan hutang tentu ada tanggung jawab tersendiri. Sebab perusahaan harus menanggung beban hutang termasuk bunganya. Hal ini tentu mengurangi pendapatan yang dihasilkan perusahaan. Selain itu kebijakan hutang yang berlebihan juga

meningkatkan resiko gagal bayar bagi perusahaan. Jika saham dan kemampuan menghasilkan laba perusahaan berbanding lurus dengan nilai perusahaan, maka kebijakan hutang memiliki perbandingan terbalik dengan perusahaan. Semakin banyak perusahaan berhutang, maka nilai perusahaan akan menurun. Sebaliknya, jika perusahaan hutangnya sedikit bahkan tidak memiliki hutang, maka nilainya itu akan meningkat.

Skala Perusahaan:

Skala perusahaan bisa dikatakan jangkauan perusahaan. Dalam artian, sampai mana kiprah perusahaan, apakah di lokal saja, nasional atau bahkan internasional? Hal ini juga turut berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin luas skala atau jangkauan perusahaan, maka semakin meningkat pula nilainya. Pun begitu sebaliknya jika jangkauan atau skala perusahaannya tidak terlalu luas, maka nilai perusahaannya pun juga tidak terlalu tinggi. Menurut Ghozali (2016), untuk mengukur skala perusahaan dapat menggunakan total aset yang dimiliki.

Kebijakan Deviden:

Kebijakan Deviden adalah laba bagi orang-orang yang memiliki saham di perusahaan. Dalam kebijakan dividen tidak hanya tentang jumlah uang yang terlibat. Hal ini berkaitan erat dengan investasi perusahaan dan kebijakan lainnya. Ada dua pihak yang berkepentingan dalam kebijakan saham ini. Kedua pihak tersebut saling berkaitan, yaitu antara pemegang saham dan manajemen perusahaan. Sehingga

kebijakan dividen merupakan hal yang cukup rumit dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan Perusahaan:

Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kapasitas. Pertumbuhan perusahaan akan memaparkan seberapa jauh posisi ekonomi perusahaan dalam industri. Ada 2 alat ukur yang bisa dipakai untuk melihat pertumbuhan perusahaan. Yang pertama adalah *Assets Growth Ratio*.

Assets Growth Ratio memaparkan pertumbuhan aset perusahaan. Aset ini merupakan aktiva yang dipakai untuk operasional perusahaan.

Semakin tinggi aset, maka semakin tinggi pula operasional perusahaan.

Cara kedua untuk melihat pertumbuhan perusahaan adalah melalui *Sales Growth Ratio*. Dalam hal ini yang dilihat adalah perubahan penjualan tiap tahunnya. Penjualan yang tinggi menandakan perusahaan dapat meningkatkan perusahaannya, yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan keuntungan.

2.4.3 Jenis-Jenis Ukuran Nilai Perusahaan

Umumnya skor tidak hanya ditentukan dari banyaknya aset atau berapa penghasilan yang didapatkan. Namun, juga memperhatikan beberapa elemen penting seperti.

Nilai nominal. Nilai ini tertulis pada anggaran dasar perusahaan. Biasanya akan disebut secara eksplisit dalam berbagai neraca yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai di pasar. Setiap perusahaan khususnya yang besar

akan memiliki saham di bursa efek. Dari kenaikan dan penurunan harga saham itu, skor perusahaan bisa dilihat oleh berbagai investor.

Nilai intrinsik. Skor ini tidak bisa dilihat secara langsung karena kerap dihubungkan dengan kemampuan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Semakin tinggi nilai ini, kemampuan untuk berkembang akan besar dan cocok untuk lahan investasi. Nilai buku. Inilah nilai yang dianggap sebagai skor dari perusahaan yang mutlak. Padahal masih ada elemen lain yang disebutkan dalam beberapa poin sebelumnya.

Nilai buku memperlihatkan akuntansi perusahaan apakah sedang untung atau rugi. Nilai likuidasi. Didapatkan dengan mendaftar semua aset yang dimiliki oleh perusahaan dari pusat sampai ke cabang. Selanjutnya, nilai itu akan dikurangi dengan berbagai tanggungan yang dimiliki seperti adanya utang.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
<p>I Nyoman Agus Suwardika</p> <p>I Ketut Mustanda</p>	<p>Pengaruh Leverage ,Ukuran Perusahaan,Pertumbuhan Perusahaan,Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Properti</p>	<p>Leverage,Ukuran Perusahaan,Profitabilitas,Nilai Perusahaan</p>	<p>Berdasarkan pada hasil pengujian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya maka kesimpulan yang dapat dibuat adalah pertama yaitu Leverage secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi nilai leverage maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.</p>
<p>Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi</p> <p>Ida Bgs. Anom Purbawangsa</p>	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan</p>	<p>Profitabilitas,Ukuran Perusahaan,Nilai Perusahaan,Leverage</p>	<p>Ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh secara tidak signifikan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap leverage,ukuran perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap nilai perusahaan leverage dan profitabilitas</p>

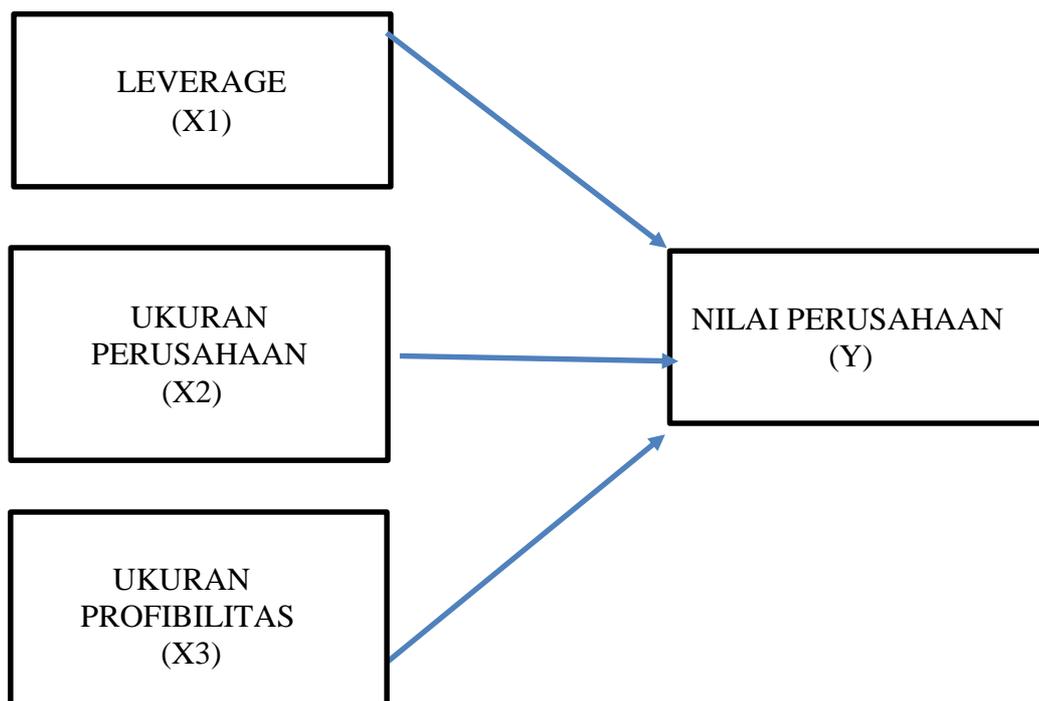
			mempengaruhi perusahaan.
<p>Maria Qibti Mahdiana</p> <p>Muhammad Nuryanto Amin</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance</p>	<p>Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini maka kesimpulannya adalah profitabilitas dan leverage memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tax avoidance, sedangkan ukuran perusahaan dan sales growth tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tax avoidance.</p>
<p>Ni Putu Ira Kartika Dewi Nyoman Abundanti</p>	<p>Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi</p>	<p>Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
<p>Dewi Ernawati</p> <p>Dini Widyawati</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan</p>	<p>Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan</p>	<p>Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka</p>

	Terhadap Nilai Perusahaan		diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
--	---------------------------	--	---

2.6 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tinjauan Pustaka yang telah diuraikan dimuka mengenai leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan , maka kerangka pemikiran teoritis yang diajukan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.7 Hipotesis

Ha1: Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Aset berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Ha 2: Leverage yang diproksikan dengan Debt to equity ratio berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Ha 3: Profitabilitas yang diproksikan Return on Assets (ROA) dengan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Ha 4: Nilai Perusahaan yang diproksikan Dividend Payout Ratio(DPR) dengan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan