

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Hasil Penelitian Terdahulu 2.1

Rifqiah *et al.*, (2020) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan (Profitabilitas) dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh kinerja keuangan (profitabilitas) yang diproksikan dengan ROA dan ROE dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Alat analisis yang digunakan meliputi uji asumsi klasik analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan ROA sebagai proksi variabel kinerja keuangan (profitabilitas) dan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* sedangkan ROE sebagai proksi variabel kinerja keuangan (profitabilitas) berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage*.

Dewi *et al.*, (2020) yang berjudul “Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018”. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Alat analisis yang digunakan meliputi uji *chow-test*, analisis regresi berganda model panel data dengan menggunakan model efek tetap dan model efek random, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan menggunakan uji parsial dan uji simultan dan uji determinan. Hasil penelitian

menunjukkan likuiditas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Agustin dan Wahyuni (2020) yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nugraha dan Alfarisi (2020) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan *software Eviews*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai

perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Herawan dan Dewi (2021) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas (ROA dan ROE), *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Metode dalam penelitian ini metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dan ROE, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Apriliyanti *et al.*, (2019) yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan peluang investasi yang ditetapkan pada nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS v23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan peluang investasi set tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Agatha dan Irsad (2021) yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh likuiditas, struktur modal, profitabilitas, kebijakan deviden, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas kebijakan deviden, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Romadhina dan Andhityara (2021) yang berjudul “Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Aldi *et al.*, (2020) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2018”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan likuiditas sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada

perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2007-2018. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dan uji moderasi interaksi dengan bantuan *software* STATA. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun, kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Fauziah dan Sudiyatno (2020) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018”. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji model dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, struktur modal mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan pada nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah sama-sama menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan menggunakan tempat penelitian yang sama yakni pada Bursa Efek Indonesia. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah pada tahun penelitian dimana penelitian sekarang pada tahun 2017-2021, variabel independen yang digunakan dalam penelitian sekarang adalah gabungan dari beberapa variabel penelitian terdahulu dan bertambah yaitu pertumbuhan penjualan dan perusahaan yang digunakan pada penelitian sekarang adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

Landasan Teori 2.2

(Teori Sinyal (*Signaling Theory* 2.2.1

Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada para investor, dengan demikian investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki kinerja baik atau buruk. Sinyal tersebut berupa informasi tentang status perusahaan dari pemilik atau pihak terkait lainnya (Suwardjono, 2017:583).

Fahmi (2017:82) menjelaskan bahwa teori sinyal menunjukkan terjadinya asimetri antara pihak manajemen dengan pihak eksternal. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi asimetri perusahaan dengan memberikan sinyal informasi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan maupun non keuangan kepada pihak eksternal. Nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif karena akan meningkatkan harga saham, sedangkan jika nilai perusahaan buruk maka akan menjadi sinyal negatif karena akan dihindari oleh investor dengan kata lain investor tidak akan melakukan investasi pada perusahaan yang bernilai buruk.

Nilai Perusahaan 2.2.2

2.2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaanaan

Hatta & Suwitho (2018) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi yang menjadi tujuan para pemiliknya, karena akan meningkatkan kesejahteraan para pemiliknya. Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan yang akan menaikkan minat investor untuk berinvestasi keperusahaan tersebut. Investor harus memanfaatkan semua informasi yang ada untuk mendapatkan peluang dan menganalisa pasar dan berinvestasi dengan harapan mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, investor melihat nilai perusahaan sebagai alat ukur yang digunakan dalam mengukur atau menentukan sejauh mana kualitas perusahaan. Sartono (2019:487) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah nilai jual dari suatu perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi atau berjalan.

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2017:233). Berdasarkan definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham. Apabila harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat dan jika harga saham menurun maka nilai perusahaan juga menurun. Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat publik percaya bahwa perusahaan pada saat ini dan masa mendatang memiliki prospek kinerja yang bagus.

2.2.2.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Sudana (2019:23) menyatakan nilai perusahaan dapat diukur menggunakan harga saham yang menggunakan rasio penilaian. Rasio penilaian digunakan untuk menilai kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Rasio penilaian memberikan petunjuk seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan. Nilai Perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sudana, 2019:26):

1. *Tobin's Q*

Tobin's Q dikembangkan oleh James Tobin. *Tobin's Q* dihitung dengan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Sudana, 2019:26). Berikut rumus untuk menghitung *Tobin's Q*:

$$Tobin's Q = \frac{MVE+Debt}{Total Assets}$$

Dimana :

Q = Nilai Perusahaan

MVE = Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikali dengan harga penutupan saham

Debt = Total Utang

TA = Nilai buku dari total aset perusahaan

2. *Price Book Value (PBV)*

PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Nilai buku saham dirumuskan sebagai berikut (Sudana, 2019:26):

$$PBV = \frac{Harga Per Saham}{Nilai Buku Per Lembar Saham}$$

3. Price Earning Ratio (PER)

PER merupakan ukuran untuk menentukan bagaimana investor melihat prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang dan tercermin dari harga saham yang investor bayar pada setiap laba yang diperoleh (Sudana, 2019:26). Keinginan investor melakukan analisis saham melalui rasio keuangan yaitu PER, dikarenakan adanya keinginan investor atau calon investor akan hasil yang layak dari suatu investasi saham. Rumus PER adalah sebagai berikut (Sudana, 2019:26):

$$PER = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

Penelitian ini menggunakan *tobin's q* karena objek penelitiannya adalah perusahaan *go public* yang mengeluarkan sahamnya di BEI sehingga mempermudah dalam memperoleh data karena dapat dilihat oleh masyarakat luas.

Likuiditas 2.2.3

2.2.3.1 Pengertian Likuiditas

Kasmir (2019:130) menyatakan likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara lancar dan tepat waktu. Perusahaan yang mempunyai likuiditas tinggi, maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya juga tinggi sehingga investor menganggap perusahaan memiliki kinerja yang bagus dan investor berminat dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut yang berakibat pada peningkatan nilai perusahaan.

Sukamulja (2019:103) menjelaskan bahwa likuiditas adalah seberapa cepat perusahaan mampu mengubah aset yang dimilikinya menjadi kas. Semakin tinggi jumlah aset lancar terhadap kewajiban lancar, maka semakin besar keyakinan

bahwa kewajiban lancar tersebut akan dibayar (Fahmi, 2017:121). Berdasarkan pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara lancar.

Rasio likuiditas memiliki fungsi dan tujuan sebagai berikut (Kasmir, 2019:132):

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.

2.2.3.2 Pengukuran Likuiditas

Pengukuran rasio likuiditas suatu perusahaan antara lain (Kasmir, 2019:134):

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Kasmir (2019:134) menyatakan rasio lancar adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019:135):

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Kasmir (2019:136) menjelaskan bahwa rasio cepat adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dengan

aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Rasio sangat lancar dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019:136):

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Kasmir (2019:138) menjelaskan bahwa rasio kas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Rasio kas dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019:139):

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas}}{\text{Utang Lancar}}$$

4. Rasio Perputaran Kas (*Cash Turnover*)

Kasmir (2019:140) menjelaskan bahwa rasio perputaran kas berfungsi untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Rasio perputaran kas dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019:140):

$$\text{Cash Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

Penelitian ini menggunakan rasio *current ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio* karena rasio tersebut umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan memenuhi kewajiban jangka pendek sehingga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa kuat finansial perusahaan (Kasmir, 2019:134)

Pertumbuhan Penjualan 2.2.4

Pengertian Pertumbuhan Penjualan 2.2.4.1

Kasmir (2019:107) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah sektor usahanya. Hal yang dipertahankan adalah

peningkatan pendapatan yang diperoleh dari penjualan yang tinggi. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat. Pertumbuhan penjualan menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Pendapatan yang didapatkan dari penjualan dapat digunakan dalam mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Sudana, 2019:185).

Pertumbuhan penjualan menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat, maka nilai perusahaan juga meningkat. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat berinvestasi. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode (Dewi et al., 2020). Berdasarkan pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan penjualan yang berkembang dari tahun ke tahun sehingga menghasilkan pendapatan yang tinggi.

2.2.4.2 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Barton *et al.*, (2018) menyatakan pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa depan. Investor bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan dicapai perusahaan tersebut dimasa depan. Perhitungan rasio pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai beriku (Kasmir, 2019:107):

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan tahun}_{t-1}}{\text{Penjualan tahun}_{t-1}}$$

Dimana:

Penjualan_t : Penjualan Tahun Sekarang

Penjualan_{t-1} : Penjualan Tahun lalu

Profitabilitas 2.2.5

2.2.5.1 Pengertian Profitabilitas

Kasmir (2019:114) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif dan mengkonversi penjualan menjadi keuntungan (Sirait, 2017:139).

Hery (2018:192) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki yang berasal dari penjualan, penggunaan aset dan modal. Berdasarkan pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan.

Tujuan pengukuran profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2019:197):

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

2.2.5.2 Pengukuran Profitabilitas

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019:198):

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

Gross profit margin merupakan rasio yang mengukur tingkat efisiensi pengendalian harga pokok/biaya produksi yang menjadi indikasi dari kemampuan sebuah perusahaan untuk melakukan produksi secara efisien (Kasmir, 2019:199).. Rumus dari margin laba kotor (Kasmir, 2019:199):

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

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

Net profit margin adalah pengukuran presentase dari tiap hasil sisa penjualan yang telah dikurangi seluruh biaya serta pengeluaran yang meliputi bunga serta pajak (Kasmir, 2019:200). Semakin tinggi angka presentasi *net profit margin* maka semakin bagus pula kegiatan operasional perusahaan tersebut. Rumus dari margin laba bersih (Kasmir, 2019:201):

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. *Return on Investment* (ROI)

ROI merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Rumus dari Return On Investment ini adalah sebagai berikut (Kasmir, 2019:202):

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Investasi}}$$

4. *Return on Asset (ROA)*

ROA merupakan sebuah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset. Rumus menghitung ROA adalah sebagai berikut (Kasmir, 2019:202):

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

5. *Return on Equity (ROE)*

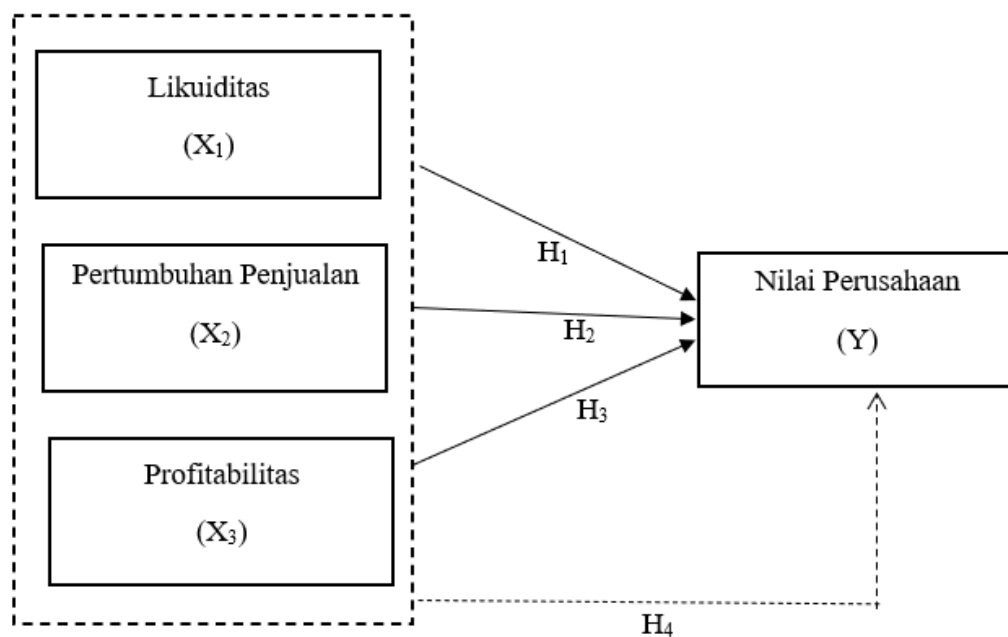
ROE mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan menggunakan dalam penggunaan modal sendiri. Pada umumnya, semakin tinggi rasio *Return on Equity (ROE)* akan semakin baik dan begitu juga sebaliknya. Rumus untuk menghitung ROE adalah sebagai berikut (Kasmir, 2019:202):

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Penelitian ini menggunakan *return on asset*, *return on equity* dan *net profit margin* karena dinilai dapat memberikan sumber informasi terbaik perolehan laba yang maksimal setelah pajak dan menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dan modal untuk memperoleh pendapatan.

Kerangka Berpikir 2.3

Penelitian ini merupakan abstraksi dari fenomena yang sedang diteliti. Nilai perusahaan berhubungan dengan beberapa faktor antara lain, likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Berdasarkan perumusan masalah dan landasan teori maka kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

—————> = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara parsial

- - - - -> = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan

Dari penyusunan kerangka berpikir pada penelitian ini berguna untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen yaitu likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) dengan analisis regresi linier berganda dan bantuan dari SPSS v26 untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dalam penelitian ini.

Hipotesis 2.4

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan 2.4.1

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau yang harus segera dibayar, dengan kata lain rasio ini digunakan untuk membayar kewajiban yang segera jatuh tempo (Kasmir, 2019:130). Perusahaan yang memiliki kemampuan bagus dalam memenuhi

kewajiban jangka pendeknya (periode satu tahun) dengan menggunakan aktiva lancar maka perusahaan dapat dikatakan likuid. Semakin besar rasio likuiditas yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dengan demikian kepercayaan masyarakat juga semakin meningkat, hal ini berarti nilai perusahaan juga semakin tinggi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.*, (2020), Nugraha dan Alfarisi (2020), Septriana dan Maheswari (2020) dan Priyatama dan Pratini (2021) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_{1a} : Diduga rasio likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

H_{1b} : Diduga rasio likuiditas yang diproksikan dengan *quick ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

H_{1c} : Diduga rasio likuiditas yang diproksikan dengan *cash ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan 2.4.2

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan

datang (Barton *et al.*, 2018). Para investor bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan dicapai perusahaan tersebut dimasa depan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan karena volume penjualan meningkat, sehingga nilai perusahaan akan semakin tinggi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.*, (2020), Agustin dan Wahyuni (2020), Imawan dan Triyonowati (2021) dan Isnawati dan Widjajanti (2019) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Diduga rasio pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan 2.4.3

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntunngan yang maksimal (Kasmir, 2019:114). Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga dapat memberikan gambaran prospek perusahaan yang baik dan dapat memicu investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut sehingga berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Agatha dan Irsad (2021), Isnawati dan Widjajanti (2019), Priyatama dan Pratini (2021) dan Nugraha dan Alfarisi (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_{3a} : Diduga rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *return on assets* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

H_{3b} : Diduga rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

H_{3c} : Diduga rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas 2.4.4 terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas masing-masing memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan (Mutammimah, 2019). Perusahaan yang memiliki rasio likuiditas tinggi maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya juga tinggi, dengan demikian kepercayaan masyarakat semakin meningkat yang mengakibatkan nilai perusahaan juga semakin tinggi. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan tinggi dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan karena volume penjualan meningkat, sehingga mengalami kenaikan pendapatan yang mengakibatkan nilai perusahaan akan semakin tinggi. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga dapat memberikan gambaran prospek

perusahaan yang baik dan dapat memicu investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut yang berakibat pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.*, (2020), Nugraha dan Alfarisi (2020), Aldi *et al.*, (2020), Isnawati dan Widjajanti (2019), Agustin dan Wahyuni (2020), Priyatama dan Pratini (2021) dan Agatha dan Irsad (2021) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄ = Diduga rasio Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.