

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai ekuilibrium pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan [20].

Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan adalah:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari poses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai

perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi [21].

Konsep nilai yang digunakan untuk menjelaskan nilai perusahaan pada penelitian ini adalah nilai pasar yang ditentukan melalui pasar saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemegang saham menyerahkan pengelolaannya pada manajer atau komisaris perusahaan [22]. Setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan merupakan indikator kinerja keuangan bagi perusahaan yang *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi juga mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi nilai perusahaan investor akan mendapat keuntungan tambahan selain dividen yang diberikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa *capital gain* dari saham yang mereka miliki. Semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tentunya ingin agar harga saham perusahaannya yang dijual memiliki potensi harga yang tinggi dan menarik minat para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Setiap perusahaan yang sudah *go public* tentunya ingin memperlihatkan kepada para investor bahwa perusahaan mereka adalah salah satu alternatif investasi yang tepat. Maka dari itu, manajemen keuangan yang efektif sangat penting untuk

kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan [8]. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan 4 faktor yaitu aktiva tidak berwujud, likuiditas, profitabilitas, dan modal intelektual. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan harga saham penutupan tahunan.

2.1.2. Aktiva Tidak Berwujud

Aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan kriteria aktif [2]. Aktiva tak berwujud merupakan aktiva nonmoneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik. Contohnya adalah merk dagang dan daftar pelanggan. Sejatinnya, aktiva tak berwujud dapat diperoleh dengan membeli dari pihak luar atau dengan mengembangkannya sendiri secara internal. Namun, jika dihasilkan secara internal, aktiva tak berwujud tersebut tidak boleh diakui sebagai aktiva di neraca. Semua pengeluaran untuk menciptakan merk dagang dan daftar pelanggan secara internal harus diakui sebagai beban pada periode pengeluaran tersebut. Sebagaimana aktiva tetap, aktiva tak berwujud ada pula yang terbatas masa pemanfaatannya. Terhadap aktiva tersebut dikenakan amortisasi yang identik dengan penyusutan atau depresiasi pada aktiva tetap. Seperti aktiva tetap, aktiva tak berwujud juga disajikan di neraca sebesar biaya perolehan dikurangi akumulasi amortisasi dan akumulasi penurunan nilai [23].

Aktiva tidak berwujud (*intangible assets*) biasanya dibutuhkan untuk operasi perusahaan misalnya merk dagang, nama baik, dan hak paten tetap cukup sulit untuk mengukur atau mengestimasi umur ekonomisnya. Dengan aktiva tersebut, perusahaan bisa memperoleh semacam keistimewaan, atau eksklusivitas, dalam mengelola bisnisnya. Atas aktiva tidak berwujud yang dimilikinya, perusahaan harus mencatat amortisasi (pengurangan atas nilai aset/aktiva dari tahun ke tahun). Pengecualian atas amortisasi ini diberlakukan terhadap “nama baik (*goodwill*)” [3]. *Goodwill* merupakan sumber daya, faktor, dan kondisi tidak berwujud lainnya, yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan di atas normal. Aktiva tidak berwujud ini dihasilkan dari

faktor-faktor atau kondisi yang menguntungkan, seperti letak (lokasi) perusahaan yang strategis, kualitas produk yang tinggi, reputasi dan keahlian manajemen yang baik, dan sebagainya. Aktiva tidak berwujud ini hanya akan muncul atau dicatat ketika perusahaan membeli perusahaan lain, dimana harga pasar dari aktiva bersih perusahaan yang dibeli lebih besar dibanding dengan nilai bukunya [24]. *Goodwill* merupakan aktiva perusahaan yang diperoleh dari selisih biaya untuk membeli perusahaan lain di atas nilai pasar dari aktiva bersih atau ekuitas perusahaan yang di beli. Aktiva bersih yang sesungguhnya adalah selisih total aktiva dengan total kewajiban perusahaan pada tanggal neraca. Harga perolehannya diukur dengan selisih antara harga perolehan kelompok aktiva atau harga perolehan perusahaan yang dibeli dan jumlah nilai harga perolehan yang ditetapkan individu aktiva berwujud dan aktiva tidak berwujud yang dapat diidentifikasi yang diperoleh/dibeli dikurang kewajiban yang diperhitungkan. *Goodwill* merupakan nilai aktiva yang tidak dapat diidentifikasi dan karena itu dikelompokkan sebagai aktiva tidak berwujud [25]. Aktiva tidak berwujud yang diperoleh melalui *merger* (kombinasi bisnis) diperlakukan sebagai bagian dari *goodwill* pada tanggal akuisisi. Perusahaan dapat menghasilkan *goodwill* melalui aktivitas internal atau melalui kombinasi bisnis. *Goodwill* yang dihasilkan secara internal tidak boleh diakui sebagai aktiva karena sulit bagi perusahaan untuk menentukan biaya perolehan *goodwill* internal secara andal [26]. *Goodwill* yang dibeli dari perusahaan lain tidak perlu diamortisasi. Evaluasi atas *goodwill* tersebut akan dilakukan dari waktu ke waktu untuk melihat dan menentukan apakah ada pengurangan atau kerusakan (*impairment*) terhadap *goodwill* tersebut. Terhadap aktiva tidak berwujud (*intangible assets*) yang lain, seperti hak paten, atau merk dagang (*trademark*), amortisasi biasa dilakukan selama kurang lebih 20 tahun, sedangkan untuk hak cipta (*copyright*) amortisasi bisa dilakukan sampai 70 tahun [3]. Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menghitung nilai aktiva tidak berwujud [23]:

$$\text{Aktiva tidak berwujud} = \text{akumulasi amortisasi} + \text{penurunan nilai} - \text{biaya perolehan} \quad (2.1)$$

2.1.3. Likuiditas

Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, maka akan mampu untuk memenuhi utang (membayar) tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo [27]. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang tidak likuid [28].

Dalam penelitian ini, rasio likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio*. *Current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo [27]. *Current ratio* diukur menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, *current ratio* ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Oleh sebab itu, *current ratio* dihitung sebagai hasil bagi antara aset lancar dengan total kewajiban lancar [28].

Aset lancar adalah kas dan aset lainnya yang diharapkan akan dapat dikonversi menjadi kas, dijual, atau dikonsumsi dalam waktu satu tahun atau dalam satu siklus operasi normal perusahaan, tergantung mana yang paling lama. Kas (*cash on hand* dan *cash in bank*) merupakan aset yang paling likuid (lancar), lalu diikuti dengan investasi jangka pendek (surat-surat berharga), piutang usaha, piutang wesel, piutang lain-lain, persediaan, perlengkapan, biaya dibayar di muka, dan aset lancar lainnya [28].

Kewajiban lancar adalah kewajiban yang diperkirakan akan dibayar dengan menggunakan aset lancar atau menciptakan kewajiban lancar lainnya dan

harus segera dilunasi dalam jangka waktu satu tahun atau dalam satu siklus operasi normal perusahaan, tergantung mana yang paling lama. Kewajiban lancar pada umumnya mencakup berbagai pos, yaitu utang usaha, utang wesel jangka pendek, beban yang masih harus dibayar, pendapatan diterima di muka, dan bagian utang jangka panjang yang lancar. Yang termasuk dalam kategori beban yang masih harus dibayar adalah utang upah, utang bunga, dan utang pajak [28].

Dalam praktek, standar *current ratio* yang baik adalah 200% atau 2 : 1. Besaran rasio ini seringkali dianggap sebagai ukuran yang baik atau memuaskan bagi tingkat likuiditas suatu perusahaan. Artinya, dengan hasil perhitungan rasio sebesar itu, perusahaan sudah dapat dikatakan berada dalam posisi aman untuk jangka pendek. Namun perlu dicatat bahwa standar ini tidaklah mutlak karena harus diperhatikan juga faktor lainnya, seperti tipe (karakteristik) industri, efisiensi persediaan, manajemen kas, dan sebagainya. Oleh sebab itu, sekali lagi, diperlukan suatu standar rasio rata-rata industri sebagai rasio keuangan pembanding untuk menentukan tingkat likuiditas perusahaan yang sesungguhnya [28].

Secara historis, perusahaan yang memiliki *current ratio* di bawah 2,0 menggambarkan bahwa perusahaan tersebut kemungkinan memiliki masalah likuiditas. Namun dalam praktek saat ini, perusahaan yang sukses bahkan seringkali memiliki *current ratio* kurang dari 1,0. Dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi informasi, perusahaan akan mengurangi kebutuhan untuk memegang uang kas dalam jumlah besar, dan tidak menumpuk persediaan barang dagang di gudang. Perusahaan besar justru akan lebih cenderung memanfaatkan kelebihan uang kasnya yang tidak terpakai dengan cara melakukan ekspansi bisnis, pembukaan kantor cabang baru, memperbanyak aset produktif, dan lain sebagainya. Demikian juga dalam rangka efisiensi biaya, perusahaan biasanya akan lebih memilih untuk membeli persediaan barang dagang pada saat dibutuhkan, daripada menumpuk barang di gudang. Hal ini akan mungkin dilakukan apabila adanya hubungan yang baik serta kepastian kontrak yang jelas antara perusahaan dengan *supplier* mengenai jumlah kebutuhan dan tata laksana pemesanan barang. Manajemen kas yang baik dan penerapan sistem persediaan *just-in-time* ini (membeli persediaan barang dagang pada saat dibutuhkan)

akan membuat perusahaan menjadi hemat karena tidak perlu lagi mengeluarkan biaya besar untuk kepentingan penyimpanan barang [29].

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Current Ratio* [28]:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{aset lancar}}{\text{kewajiban lancar}} \quad (2.2)$$

Dimana:

Aset lancar = aset yang dapat dikonversikan menjadi uang tunai

Kewajiban lancar = hutang perusahaan yang harus dibayar tunai dalam waktu satu tahun atau dalam siklus operasional perusahaan.

2.1.4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dari kegiatan operasionalnya yang mana keuntungan tersebut ada yang dibagikan kepada pihak pemegang saham dalam bentuk dividen, dan bisa juga keuntungan tersebut disimpan dan digunakan untuk meningkatkan kinerja kegiatan operasional [7].

Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas di proksikan dengan *Return on Assets* (ROA). *Return on Assets* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap modal aset. Semakin tinggi *return on assets* berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah *return on assets* berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset [28].

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Return on Assets* [28]:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \quad (2.3)$$

Dimana:

Laba bersih = pendapatan – beban

Total aset = aset lancar + aset tidak lancar

2.1.5. Modal Intelektual

Intellectual capital didefinisikan sebagai “*packaged useful knowledge*” yang merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang menghasilkan aset bernilai tinggi dan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi perusahaan [30]. *Intellectual capital* dinyatakan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan. Secara umum, *intellectual capital* diklasifikasikan dalam tiga konstruk utama yaitu, *human capital* (HC), *structural capital* (SC), *customer capital* (CC). *Human capital* merupakan kombinasi dari *genetical inheritance education, experience*, dan *attitude* tentang kehidupan bisnis. *Structural capital* meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi, termasuk dalam hal ini *database, organizational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya. *Customer capital* adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalan bisnis. Indikator *intellectual capital* adalah nilai tambah atau *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™), metode ini didesain untuk menyajikan informasi tentang efisiensi penciptaan nilai (*value creation efficiency*) dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan [15]. *Intellectual capital* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja *intellectual capital* yang diukur berdasarkan *value added* yang diciptakan oleh *physical capital* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA). VACA menunjukkan berapa banyak *value added* yang dapat diciptakan oleh suatu unit *capital employed* (CE). Jika satu unit CE dapat menghasilkan return yang lebih besar pada suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut mampu memanfaatkan CE dengan lebih baik. Pemanfaatan CE dengan lebih baik merupakan bagian dari *intellectual capital* pemasaran.

Sehingga CE menjadi indikator kemampuan intelektual perusahaan untuk memanfaatkan *Capital Employed* dengan lebih baik. VAHU menunjukkan berapa banyak *value added* dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *human capital* terhadap *value added* organisasi. STVA mengukur jumlah *structural capital* (SC) yang dibutuhkan untuk menghasilkan *value added* dan merupakan indikasi seberapa sukses *structural capital* dalam melakukan proses penciptaan nilai pada perusahaan [30].

Berikut rumus untuk menghitung VAIC™ :

$$VACA = \frac{VA}{CA} \quad (2.4)$$

Dimana :

VA (*Value Added*) = Output – Input (dalam rupiah)

CA/CE (*Capital Employed*) = Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

$$VAHU = \frac{VA}{HC} \quad (2.5)$$

Dimana :

VA (*Value Added*) = Output – Input (dalam rupiah)

HC (*Human Capital*) = Total beban gaji dan upah atau seluruh pengeluaran untuk karyawan (*total staff cost*)

$$STVA = \frac{SC}{VA} \quad (2.6)$$

Dimana :

SC (*Structural Capital*) = VA – HC

VA (*Value Added*) = Output – Input (dalam rupiah)

HC (*Human Capital*) = Total beban gaji dan upah atau seluruh pengeluaran untuk karyawan (*total staff cost*) [30].

$$VAIC^{\text{TM}} = VACA + VAHU + STVA \quad (2.7)$$

2.2. Review penelitian terdahulu

Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian ini, ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang perlu untuk dikemukakan. Berikut adalah hasil dari penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh AA Ngurah Dharma Adi Putra dan Putu Vivi Lestari pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Jumlah sampel yang diambil adalah 20 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan [8].

Penelitian yang dilakukan oleh Christina pada tahun 2014 dengan judul Pengaruh Aktiva Berwujud, Aktiva Tidak Berwujud, dan Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012 dengan jumlah sampel sebanyak 22 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aktiva Berwujud, Aktiva Tidak Berwujud, dan Modal Intelektual berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan, tetapi secara parsial, hanya Modal Intelektual yang berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Aktiva Berwujud dan Aktiva Tidak Berwujud tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan [6].

Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan partisipan *Indonesian Sustainability Reporting Award* (ISRA) periode tahun 2011-2013. Jumlah sampel yang diambil adalah 21 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis uji nilai selisih mutlak. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan serta CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan [11].

Penelitian yang dilakukan oleh Lanti Triagustina, Edi Sukarmanto, dan Helliana pada tahun 2014-2015 dengan judul Pengaruh *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun berturut-turut pada periode 2010-2012. Jumlah sampel yang diambil adalah 13 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik dokumentasi. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Dan hasil penelitian secara parsial menyatakan bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan [12].

Penelitian yang dilakukan oleh Letsa Soraya dan Muchamad Syafruddin pada tahun 2013 dengan judul Pengaruh Nilai Aset Tidak Berwujud dan Penelitian dan Pengembangan terhadap Nilai Pasar Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2010). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dan secara aktif diperjualbelikan di *Indonesia Stock Exchange* (IDX) pada tahun 2009-2010. Jumlah sampel yang diambil adalah 120 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa Nilai Aset Tidak Berwujud (INTAV) dan Penelitian dan Pengembangan (RnD) berpengaruh terhadap Nilai Pasar Perusahaan (CMV). Dan

hasil penelitian secara parsial menyatakan bahwa Nilai Aset Tidak Berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Pasar Perusahaan dan Penelitian dan Pengembangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Pasar Perusahaan [16].

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Ayu Sudiani dan Ni Putu Ayu Darmayanti pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang tergabung dalam sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Jumlah sampel yang diambil adalah 26 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan *Investment Opportunity Set* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Profitabilitas dan *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014, Likuiditas dan Pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014 [9].

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Widhiastuti dan Made Yenni Latrini pada tahun 2015 dengan judul Pengaruh *Return on Asset* dan *Intangible Asset* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan dengan jumlah sampel sebanyak 29 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *probability sampling*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa *Return on Asset*, *Intangible Asset*, dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *Return on Asset* dan *Intangible Asset* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan *Return on Asset* terhadap Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan *Intangible Asset* pada Nilai Perusahaan [5].

Penelitian yang dilakukan oleh Norma Fauzia dan Lailatul Amanah pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh *Intellectual Capital*, Karakteristik Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah sampel sebanyak 24 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa *Intellectual Capital*, Karakteristik Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan *Growth Opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan [15].

Penelitian yang dilakukan oleh Yuskar dan Dhia Novita pada tahun 2014 dengan judul Analisis Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel *Intervening* pada Perusahaan Perbankan di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang secara berturut-turut melaporkan laporan keuangan periode 2010-2013 dengan jumlah sampel sebanyak 29 perusahaan. Hasil penelitian secara parsial menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan, Kinerja Keuangan (ROE dan EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan [14].

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
AA Ngurah Dharma Adi Putra dan Putu Vivi Lestari (2016)	Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. Kebijakan Dividen b. Likuiditas c. Profitabilitas d. Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian secara parsial : a. Kebijakan dividen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. b. Likuiditas berpengaruh secara

(tabel 2.1 sambungan)

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
			<p>positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. c. Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. d. Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
Christina (2014)	Pengaruh Aktiva Berwujud, Aktiva Tidak Berwujud, dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. Aktiva Berwujud b. Aktiva Tidak Berwujud c. Modal Intelektual	<p>Hasil penelitian secara parsial : a. Aktiva Berwujud dan Aktiva Tidak Berwujud tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2009-2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. b. Modal Intelektual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2009-2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian secara simultan : Variabel aktiva berwujud, aktiva tidak berwujud, dan modal intelektual berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2009-2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p>
I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda (2016)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Size</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>CSR</i> Sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. Profitabilitas b. <i>Size</i> Variabel Moderating : <i>Corporate Social</i>	<p>Hasil penelitian secara parsial : a. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

(tabel 2.1 sambungan)

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
		<i>Responsibility</i>	<p>b. CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>c. CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.</p> <p>d. CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Hasil penelitian secara simultan : Profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, variabel interaksi ROA-CSR dan variabel interaksi SIZE-CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
Lanti Triagustina, Edi Sukarmanto, dan Helliana (2014-2015)	Pengaruh <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. <i>Return On Asset</i> (ROA) b. <i>Return On Equity</i> (ROE)	<p>Hasil penelitian secara parsial :</p> <p>a. <i>Return On Asset</i> (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012.</p> <p>b. <i>Return On Equity</i> (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012.</p> <p>Hasil penelitian secara simultan : <i>Return On Asset</i> (ROA)</p>

(tabel 2.1 sambungan)

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
			<p>dan <i>Return On Equity</i> (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012.</p>
<p>Letsa Soraya dan Muchamad Syafruddin (2013)</p>	<p>Pengaruh Nilai Aset Tidak Berwujud dan Penelitian dan Pengembangan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2010)</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Pasar Perusahaan Variabel Independen : a. Aset tidak berwujud b. Penelitian dan pengembangan</p>	<p>Hasil penelitian secara parsial : a. Nilai aset tidak berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pasar perusahaan. b. Penelitian dan pengembangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pasar perusahaan. Hasil penelitian secara simultan : Nilai aset tidak berwujud (INTAV) dan penelitian dan pengembangan (RnD) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan (CMV).</p>
<p>Ni Kadek Ayu Sudiani dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016)</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan <i>Investment Opportunity Set</i> terhadap nilai perusahaan</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. Profitabilitas b. Likuiditas c. Pertumbuhan d. <i>Investment Opportunity Set</i></p>	<p>Hasil penelitian secara parsial : a. Profitabilitas dan <i>investment opportunity set</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. b. Likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian secara simultan : Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

(tabel 2.1 sambungan)

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
Ni Luh Putu Widhiastuti dan Made Yenni Latrini (2015)	Pengaruh <i>Return On Asset</i> dan <i>Intangible Asset</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. <i>Return On Asset</i> b. <i>Intangible Asset</i> Variabel Moderating : <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>Hasil penelitian secara parsial :</p> <p>a. <i>Return On Asset</i> dan <i>Intangible Asset</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>b. <i>Corporate Social Responsibility</i> mampu memoderasi hubungan <i>return on asset</i> terhadap nilai perusahaan.</p> <p>c. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memoderasi hubungan <i>intangible asset</i> pada nilai perusahaan.</p> <p>Hasil penelitian secara simultan :</p> <p><i>Return on asset</i>, <i>intangible asset</i>, dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
Norma Fauzia dan Lailatul Amanah (2016)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , karakteristik perusahaan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : a. <i>Intellectual Capital</i> b. Karakteristik Perusahaan c. <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>Hasil penelitian secara parsial :</p> <p>a. <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Corporate Social Responsibility disclosure</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>b. Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan <i>growth opportunity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Hasil penelitian secara simultan :</p> <p><i>Intellectual capital</i>, karakteristik perusahaan, dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai</p>

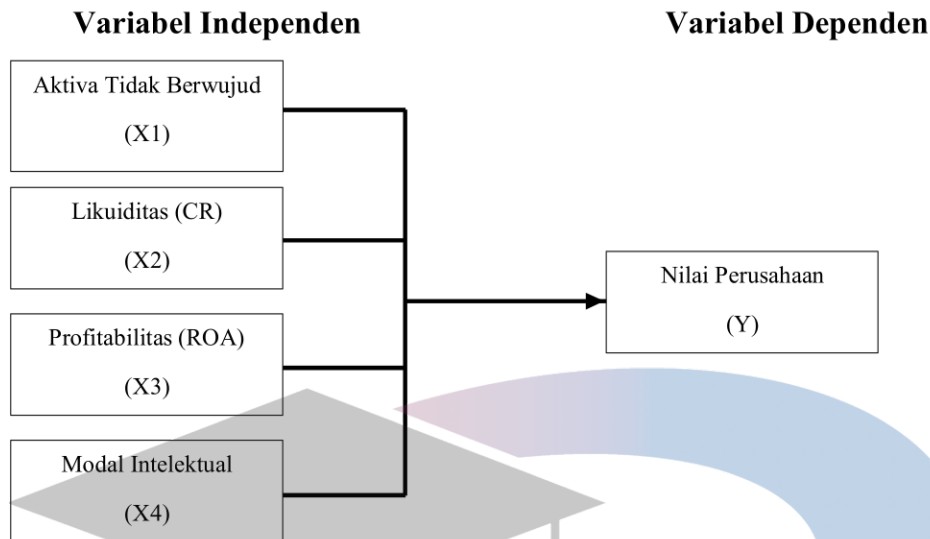
(tabel 2.1 sambungan)

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian Yang Diperoleh
Yuskar dan Dhia Novita (2014)	Analisis Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada Perusahaan Perbankan di Indonesia	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : <i>Intellectual Capital</i> Variabel <i>Intervening</i> : Kinerja Keuangan	perusahaan. Hasil penelitian secara parsial : a. <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. b. Kinerja keuangan (<i>ROE</i> dan <i>EPS</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. c. <i>Intellectual Capital</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah kerangka pemikiran dari tinjauan teori yang dapat menggambarkan keterikatan antar variabel yang akan diteliti dan merupakan tuntutan bagi penelitian untuk memecahkan masalah dan merumuskan hipotesis.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya, maka penulis membuat kerangka konseptual seperti dibawah ini yang menunjukkan hubungan antara variabel aktiva tidak berwujud, likuiditas, profitabilitas, dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan dan tujuan dari penelitian, maka penulis mengambil suatu hipotesis yang akan diuji kebenarannya sebagai berikut:

a. Pengaruh Aktiva Tidak Berwujud Terhadap Nilai perusahaan

Aktiva tidak berwujud adalah aktiva yang tidak memiliki substansi fisik, tetapi muncul sebagai akibat dari hak rite atau kontrak. Aktiva tidak berwujud memiliki peran penting dalam mencapai tujuan dan strategi perusahaan serta dalam menentukan nilai perusahaan. Investor memahami bahwa arus kas di masa datang (*cash flow*) berhubungan dengan nilai *goodwill* yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan mereka juga sangat menilai dan memperhatikan kapitalisasi *goodwill* diatas nilai bukunya ketika menentukan nilai pasar perusahaan [2]. Salah satu wujud dari peran penting aktiva tidak berwujud dapat dilihat dari penggunaan pengetahuan yang menghasilkan inovasi serta sebagai landasan untuk meningkatkan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan dan

stakeholders. Pengetahuan juga bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas dan kompetensi karyawan yang telah diberi tanggung jawab. Manfaat yang diperoleh perusahaan dari meningkatnya kompetensi karyawan dan adanya inovasi adalah meningkatnya *competitive advantage* [16]. Ini akan dianggap sebagai sebuah sinyal positif bagi investor karena nilai aktiva ini dianggap mencerminkan nilai modal intelektual sebuah perusahaan dan investor juga akan menganggap bahwa perusahaan ini memiliki prospek yang menjanjikan di masa yang akan datang sehingga dapat menaikkan harga saham. Semakin tinggi nilai aktiva tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa *Intangible Asset* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [5]. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:
 H₁: Aktiva tidak berwujud berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Likuiditas (*Current Ratio*) Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan-perusahaan membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung tinggi. Semakin likuid perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur maupun pada calon investor [7].

Likuiditas dalam perusahaan ini diprosikan dengan *Current Ratio* yang merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo [27]. Likuiditas (*Current Ratio*) menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menganalisis seberapa jauh perusahaan mampu bertahan hidup sehingga investor harus lebih jeli dalam memantau perusahaan. Likuiditas (*Current Ratio*) yang tinggi menunjukkan bahwa

perusahaan tidak akan mengalami kesulitan likuiditas ketika kewajiban lancarnya jatuh tempo dan hal ini akan berdampak ke peningkatan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan berbanding lurus dengan harga saham dari perusahaan. Hal ini berarti apabila kinerja perusahaan baik, maka kemungkinan harga saham yang mewakili nilai dari perusahaan juga mengalami kenaikan. Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [8]. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H₂: Likuiditas (*Current Ratio*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Profitabilitas (*Return on Assets*) Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dari kegiatan operasionalnya yang mana keuntungan tersebut ada yang dibagikan kepada pihak pemegang saham dalam bentuk dividen, dan bisa juga keuntungan tersebut disimpan dan digunakan untuk kinerja kegiatan operasional [7]. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan [10]. Semakin tinggi profitabilitas (*Return on Assets*) berarti semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan dan prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Tingginya profitabilitas (*Return on Assets*) juga berarti semakin besar keuntungan yang dihasilkan sehingga dapat menarik minat investor. Hal ini akan menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap saham yang mengakibatkan naiknya harga saham. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa ROA (*Return On Assets*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham [31]. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas (*Return On Assets*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

d. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Modal intelektual adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai [6]. Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*nya. Oleh karena itu pengelolaan sumber daya yang maksimal dapat meningkatkan nilai perusahaan yang kemudian akan meningkatkan laba perusahaan sekaligus menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Dalam modal intelektual, penciptaan nilai dilakukan dengan memaksimalkan pemanfaatan unsur-unsur modal intelektual yaitu *human capital*, *physical capital*, maupun *structural capital*. Perusahaan yang mampu mengelola sumber daya intelektual yang dimilikinya dengan efektif dan efisien, maka kinerja keuangannya akan meningkat. Kinerja keuangan yang meningkat akan direspon positif pasar dan investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi sehingga nilai perusahaan menjadi lebih meningkat [32]. Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [15]. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H₄: Modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL