

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan suatu ukuran bagi perusahaan agar dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang baik atau tidak. Nilai perusahaan merupakan tanggapan investor tentang nilai dari sebuah perusahaan yang berkaitan erat dengan harga saham dari perusahaan tersebut. Bagi investor, nilai perusahaan digunakan sebagai persepsi dalam melihat prospek suatu perusahaan di masa depan. Pada dasarnya tujuan dari manajemen perusahaan yaitu mengoptimalkan kekayaan dari para pemegang saham (Astuti Sembiring, 2021).

Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. *Price to book value* (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. *Price to book value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Riska Franita, 2018).

Price to book value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai buku saham suatu perusahaan. Sebagai suatu perusahaan yang memiliki manajemen yang baik, diharapkan *Price to book value* dari perusahaan tersebut setidaknya adalah satu atau dengan kata lain di atas dari nilai bukunya. Jika angka *Price to book value* dibawah 1, maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya. Namun, rendahnya nilai *Price to book value* ini juga dapat mengindikasikan menurunnya kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan (*fundamentally wrong*). Oleh karena itu, nilai *Price to book value* harus dibandingkan dengan *Price to book value* industrinya. Sebaliknya, semakin tinggi nilai *Price to book value* maka saham dikategorikan *overvalued* yang mengindikasikan nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai bukunya.

Rasio *Price to book value* (PBV) dapat memberikan sinyal kepada investor apakah harga yang diinvestasikan kepada perusahaan tersebut terlalu tinggi atau tidak jika diasumsikan

perusahaan tiba-tiba bangkrut. Karena jika perusahaan bangkrut, maka kewajiban utamanya membayar utang terlebih dahulu dan selanjutnya apabila ada aset yang tersisa akan dibagikan kepada para pemegang saham. Kelemahan dari rasio ini adalah nilai ekuitas dipengaruhi langsung oleh saldo laba perusahaan yang diakumulasi dari laba/rugi pada income statement.

Price to book value (PBV) menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi. Rasio *Price to book value* (PBV) menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Formula untuk menghitung *price to book value* ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut (Riska Franita, 2018) :

$$\text{Price to book Value} = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

2.1.2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas atau dikenal juga sebagai rasio rentabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik akan ditunjukkan lewat keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan (Alexander, 2022).

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada didalam laporan laba rugi dan/atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi. Selain itu, perbandingan juga dapat dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan sebelumnya, atau juga bisa dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industry (Alexander, 2022).

Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

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.
7. Dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

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.
6. Manfaat lainnya.

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Jelasnya, semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai. Artinya pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna (Kasmir, 2022).

Return On Aseets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar laba jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagikan laba bersih terhadap total

aset. Semakin tinggi pengembalian atas aset, semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *Return on assets* sebagai (Kasmir, 2022):

$$\text{Return on asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.3. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang segera akan jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang tidak likuid. Untuk dapat memenuhi jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau aset lancar lainnya yang bisa segera di konversi atau diubah menjadi kas (Alexander, 2022). Tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aset lancar secara keseluruhan. Artinya, jumlah kewajiban yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aset lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aset lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aset lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada asset lancar dan utang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

Dalam penelitian ini, rasio likuiditas menggunakan proksi (*Current Ratio*). *Current Ratio* (CR) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditangguh secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak asset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Penghitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan total asset lancar dengan total utang lancar. Versi terbaru pengukuran rasio lancar adalah mengurangi sediaan dan piutang (Kasmir, 2022).

Current Ratio (CR) ialah rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui likuiditas suatu perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi asset lancar dengan hutang lancar. *Current ratio* yang rendah menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan buruk. Sebaliknya jika *current ratio* relative tinggi, likuiditas perusahaan relative baik. Meskipun asset lancar lebih besar dari pada hutang lancar, perlu di ingat bahwa item-item asset lancar seperti persediaan dan piutang terkadang sulit ditagih atau dijual secara tepat.

Dalam praktiknya seringkali dipakai bahwa rasio lancar dengan standart 200% (2:1) yang terkadang sudah dianggap sebagai ukuran yang cukup baik atau memuaskan bagi suatu perusahaan. Artinya dengan hasil rasio seperti itu, perusahaan sudah merasa berada dititik aman dalam jangka pendek. Namun, sekali lagi untuk mengukur kinerja manajemen, ukuran yang terpenting adalah rata-rata industri untuk perusahaan yang sejenis. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Current Ratio* yaitu (Kasmir, 2022):

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.4. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan Penjualan merupakan gambaran adanya kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dimana pertumbuhan ini juga bisa dijadikan sebagai cerminan dari keberhasilan investasi periode pada masa lalu dan bisa dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Nilai dari pertumbuhan penjualan dapat menjadi indikator permintaan akan barang dan jasa serta daya saing perusahaan dalam sebuah industri. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan dikarenakan pertumbuhan ini disertai dengan adanya peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan pada sebuah perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari sebuah perusahaan (Pranaditya, Andini dan Andika, 2021).

Maksimisasi pertumbuhan merupakan variasi lain dari teori maksimisasi penjualan, yaitu memfokuskan pada tingkat pertumbuhan penjualan. Seberapa tinggi pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi karir manajer dan karena itu manajer perusahaan berusaha agar selalu meningkatkan penjualan. Dalam hal ini hipotesis yang diajukan adalah bahwa manajer akan memilih tingkat pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi daripada yang diinginkan pemilik perusahaan. Dengan demikian tingkat laba yang diperoleh untuk pemilik menjadi lebih rendah sebab sebagian dari laba ditahan untuk memacu pertumbuhan penjualan misalnya dialokasikan untuk membiayai pengembangan produk, ekspansi pasar, dan lainnya. Terdapat dua prinsip yang mendasari maksimisasi pertumbuhan penjualan perusahaan yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan untuk ekspansi kapasitas sehingga dibutuhkan sejumlah kapital untuk membiayai ekspansi ini. Apabila pertumbuhan penjualan tinggi maka ini dapat diandalkan untuk kecukupan kapital oleh karena maksimisasi pertumbuhan berkorelasi dengan maksimisasi laba.
2. Pertumbuhan penjualan terkait dengan nilai sekarang (*present value*) dari aliran hasil penjualan dimasa yang akan datang. Ini berarti bahwa nilai uang dari penjualan sekarang lebih tinggi daripada dimasa yang akan datang sehingga mendorong manajer untuk terus memacu pertumbuhan penjualan.

Mengukur pertumbuhan penjualan merupakan hal penting untuk kesehatan perusahaan dalam jangka panjang. Tidak hanya berfungsi sebagai indikator yang baik mengenai perencanaan strategis, mengukur hal tersebut juga memungkinkan identifikasi tren pertumbuhan. Manajer akan memilih tingkat pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi daripada yang diinginkan pemilik perusahaan.

Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan mencerminkan pendapatan yang meningkat. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yaitu perbandingan antara net sales periode sekarang minus net sales periode sebelumnya terhadap net sales periode sebelumnya. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan (Pranaditya, Andini dan Andika, 2021):

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$$

2.1.5. Leverage

Rasio *Leverage* ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (Kasmir, 2022).

Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi (memiliki utang yang besar) dapat berdampak pada timbulnya risiko keuangan yang besar, tetapi juga memiliki peluang yang besar pula untuk menghasilkan laba yang tinggi. Risiko keuangan yang besar ini timbul karena perusahaan harus menanggung atau terbebani dengan pembayaran bunga dalam jumlah yang besar. Namun, apabila dana hasil pinjaman tersebut dipergunakan secara efisien dan efektif dengan membeli aset produktif tertentu (seperti mesin dan peralatan) atau untuk membiayai ekspansi bisnis perusahaan, maka hal ini akan memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan hasil usahanya. Sebaliknya, perusahaan dengan rasio *Leverage* yang rendah memiliki risiko keuangan yang kecil, tetapi juga mungkin memiliki peluang yang kecil pula untuk menghasilkan laba yang besar. Seorang manajer keuangan yang andal dituntut untuk memiliki kepiawaian dalam mengelola tingkat *Leverage* perusahaan, khususnya dalam mencermati hubungan antara risiko keuangan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari dana yang dipinjam perusahaan (Alexander, 2022).

Penggunaan rasio *Leverage* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat yang dapat dipetik, baik rasio rendah maupun rasio tinggi. Menurut Fred Weston rasio *Leverage* memiliki beberapa implikasi berikut:

1. Kreditor mengharapkan ekuitas (dana yang disediakan pemilik) sebagai margin keamanan. Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung oleh kreditor.
2. Dengan pengadaan dana melalui utang, pemilik memperoleh manfaat, berupa tetap dipertahankannya penguasaan atau pengendalian perusahaan.
3. Bila perusahaan mendapat penghasilan lebih dari dana yang dipinjamkannya dibandingkan dengan bunga yang harus dibayarnya, pengembalian kepada pemilik diperbesar.

Dalam praktiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio *Leverage* yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio *Leverage* lebih rendah tentu mempunyai risiko kerugian lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi. Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan gunakan rasio *Leverage* yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk meniali kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai asset khususnya aktiva dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar asset perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan asset.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dan pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Dengan kata lain, seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan utang dengan jalan menunjukkan presentase asset perusahaan yang didukung oleh utang. Rumusnya adalah total utang dibagi ekuitas. Semakin

tinggi rasio ini maka pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aset yang dimilikinya. Sebaliknya semakin rendah rasio ini maka semakin kecil perusahaan dibiayai dari utang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Leverage* yang di proksikan *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar jumlah aset perusahaan dapat membiayai kewajibannya. Semakin tinggi rasio *Debt to Equity Ratio* menandakan jumlah pendanaan utang yang semakin tinggi yang berdampak menimbulkan beban bunga yang harus ditanggung perusahaan yang dapat mengurangi laba perusahaan.

Leverage yang diproksikan dengan *Debt to Equity ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2022):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

2.1.6. Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan semua sumber daya yang ada. Semua rasio aktivitas akan melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi pada berbagai jenis aktiva. Rasio-rasio aktivitas menganggap bahwa sebaiknya terdapat keseimbangan yang kayak antara penjualan dan beragam unsur aktiva misalnya persediaan, aktiva tetap dan aktiva lainnya (Fitrana, 2024).

Rasio aktivitas yaitu memanfaatkan aset perusahaan untuk menghasilkan profit, khususnya bagi shareholder yang telah mengeluarkan modal untuk membeli aset suatu perusahaan. Jika aset tidak dikelola dengan baik, maka berakibat timbulnya biaya (beban) dan menekan profit yang akan diperoleh. Begitu juga sebaliknya, aset yang digunakan secara efektif tentu menghasilkan profit optimal, sehingga dapat mengontrol beban.

Berikut ada beberapa tujuan perusahaan dengan gunakan rasio aktivitas yakni:

1. Sebagai informasi berapa lama penagihan piutang dalam periode tertentu atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Sebagai informasi perhitungan hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*), dimana hasil perhitungan akan memberikan informasi mengenai jumlah dari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Sebagai perhitungan rata-rata hari untuk persediaan tersimpan dalam gudang.

4. Sebagai pengukuran berapa kali dana yang ditanamkan pada modal kerja akan berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan (*working capital turnover*).
5. Sebagai pengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
6. Sebagai pengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Sementara itu, manfaat dari pengukuran rasio aktivitas adalah:

1. Dalam bidang piutang:
 - a. Perusahaan atau manajemen menjadi tahu akan berapa lama piutang mampu ditagih selama satu periode dan juga dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanam dalam periode. Sehingga, dapat diketahui keefektifitasan kegiatan perusahaan dalam bidang penagihan.
 - b. manajemen mendapatkan informasi mengenai jumlah hari dalam rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*) dan manajemen dapat memahami jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak ditagih.
2. Dalam bidang persediaan manajemen mendapat informasi mengenai rata-rata persediaan yang tersimpan di gudang. Hasilnya diperbandingkan dengan target yang ditentukan. Perusahaan dapat mengkomparasikan hasil ini dengan pengukuran rasio pada periode sebelumnya.
3. Dalam bidang modal kerja dan penjualan manajemen dapat mengerti seberapa kali dana yang di invest dalam modal kerja berputar dalam satu periode, dan berapa penjualan yang dicapai pada setiap modal kerja yang digunakan.
4. Dalam bidang aktiva dan penjualan
 - a. manajemen mendapatkan informasi seberapa kali dana yang diinvest dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
 - b. Pihak manajemen segera mengerti akan penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan dalam satu periode tertentu.

Aktivitas pada penelitian ini diprosikan dengan *Total Aseet Turn Over* (TATO) digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menilai kemampuan dalam menjalankan aktivitasnya dalam menghasilkan laba secara efektif. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya penjualan dengan rata-rata total aset. *Total Aseet Turn Over* mengukur semua perputaran aset yang dimiliki perusahaan dan mengukur banyaknya penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan dari aset yang

dimiliki. Nilai pada perputaran *Total Aseet Turn Over* semakin tinggi, maka peluang perusahaan dalam memperoleh laba semakin besar, karena semakin banyak aset yang dijual perputaran aset perusahaan akan semakin besar.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengitung aktivitas (Fitrana, 2024):

$$\text{Total Aseet Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Asset}}$$

2.1.7. Kualitas Laba

Kualitas laba mengacu pada relevansi laba dalam mengukur kinerja perusahaan. Penentu kualitas laba meliputi lingkungan bisnis perusahaan serta pemilihan dan penerapan prinsip akuntansi. Kualitas laba ditentukan dengan pengukuran dan pengakuan laba yang melibatkan estimasi dan interpretasi dari transaksi dan peristiwa bisnis dalam akuntansi akrual. Pengukuran kualitas laba menimbulkan kebutuhan untuk membandingkan laba perusahaan yang berbeda dan keinginan untuk mengakui perbedaan kualitas dalam rangka tujuan penilaian. Berikut mempertimbangkan ada tiga faktor yang biasanya di identifikasikan sebagai penentu kualitas laba dan beberapa contoh penilaiannya (Silvia Indrarini, 2019).

1. Prinsip akuntansi. Salah satu penentu kualitas laba adalah kebijaksanaan manajemen dalam memilih prinsip akuntansi yang berlaku. Kebijakan ini dapat menjadi agresif (optimistis) atau konservatif. Kualitas laba yang ditentukan secara konservatif dianggap lebih tinggi karena kecil kemungkinan untuk menilai secara berlebihan harapan kinerja saat ini dan masa depan dibandingkan laba yang ditentukan dengan cara agresif. Konservatisme mengurangi kemungkinan laba M dinyatakan secara berlebihan (overstatement) dan perubahan retrospektif. Namun, konservatisme yang berlebihan, meskipun berkontribusi sementara untuk kualitas laba, tetapi dapat mengurangi keandalan dan relevansi laba pada jangka panjang.
2. Penerapan akuntansi. Penentu kualitas laba lainnya adalah kebijaksanaan manajemen dalam menerapkan prinsip akuntansi yang berlaku. Manajemen memiliki kebijaksanaan atas jumlah laba dengan penerapan prinsip akuntansi dalam menentukan pendapatan dan beban. Laba mencerminkan elemen waktu yang tidak terkait dengan operasi atau kondisi bisnis yang dapat mengurangi kualitas laba.
3. Risiko bisnis. Penentu kualitas laba yang ketiga adalah hubungan antara laba dengan risiko bisnis. Hal ini mencakup pengaruh siklus dan kekuatan bisnis lain terhadap tingkat laba, stabilitas, sumber dan variabilitas. Misalnya, variabilitas laba umumnya

tidak diinginkan dan meningkatnya variabilitas laba tersebut akan memperburuk kualitas laba. Kualitas laba yang lebih tinggi terkait dengan perusahaan yang lebih terlindung dari risiko bisnis. Risiko bisnis ini dapat dikurangi dengan strategi manajemen yang terampil.

Kualitas Laba juga dipengaruhi oleh faktor eksternal terhadap perusahaan.

Faktor eksternal ini membuat laba lebih atau kurang andal. Salah satu faktor adalah stabilitas dan reliabilitas sumber laba mempengaruhi kualitas laba. Pendapatan yang berkaitan dengan pertahanan pemerintah sangat diandalkan pada saat ketegangan internasional memanas, tetapi terpengaruh oleh peristiwa politik pada saat aman. Tingkat perubahan harga mempengaruhi kualitas laba. Ketika tingkat harga sedang meningkat, "keuntungan persediaan" atau beban yang dinyatakan terlalu tinggi seperti penyusutan akan menurunkan kualitas laba. Selain itu, ketidakpastian yang disebabkan oleh kompleksitas operasi, laba konglomerasi tertentu akan dianggap memiliki kualitas yang rendah (Titman, 2018).

Pada penelitian ini, kualitas laba diproksikan dengan *Quality of Income Ratio*. *Quality of Income Ratio* digunakan untuk membantu memisahkan pendapatan yang dihasilkan dari pendapatan usaha melalui kegiatan operasional dengan pendapatan lain, seperti penjualan aset. Logika dari asumsi pendapatan adalah bahwa pendapatan yang berkualitas tinggi harus mencerminkan arus kas (dari operasi) usaha yang setara.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Quality of Income Ratio* (Titman, 2018):

$$\text{Quality of Income Ratio} = \frac{\text{Cash flow from operation}}{\text{Net income}}$$

2.2. Review Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara ringkas mengenai factor-faktor yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dalam penelitian antara lain:

1. Wasininingsh dan JMV Mulyadi melakukan penelitian tahun 2019 dengan judul “analisis factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan kualitas laba sebagai moderasi”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 28 perusahaan Real Estate di Bursa Efek Indonesia melalui data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas (ROA) dan likuiditas (CR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* (DER)

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kualitas laba tidak memoderasi struktur kepemilikan (Wasininisih dan JMV Mulyani, 2019).

2. Muhammad Arraf Baihaqi dan Murtanto melakukan penelitian tahun 2023 dengan judul “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor transportasi, logistik dan infrastuktur yang terdaftar di BEI)”. Jumlah sampel penelitian ini ialah 23 perusahaan dengan metode purposive sampling dan Teknik analisis data regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan kualitas laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Muhammad Arraf Baihaqi dan Murtanto, 2023).
3. Wina Aprilia & Nesti Hapsari melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Melalui Metode RGEC Terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020)”. Penelitian ini menggunakan sampel 12 perusahaan dari 43 populasi perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Capital Adequacy Ratio (CAR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hapsari, 2021).
4. Imam Hidayat dan Khusnul Khotimah melakukan penelitian pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub Sektor Kimia”. Populasi dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, berdasarkan kriteria pemilihan diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan dan diuji dengan metode statistik analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Khotimah, 2022).
5. Jenny Ambarwati dan Mineva R. Vitaningrum melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini mengambil sampel menggunakan purposive sampling yang terdapat 10 perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa current ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (R.Vitaningrum, 2021).

6. Siwi N. Khotimah, Rita I. Mustikowati & Ati Retna Sari melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi”. Jumlah sampel yang digunakan ialah 32 perusahaan dan metode pengambilan sampel adalah purposive sampling, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *Leverage* (DER) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Siwi N. Khotimah, Rita I. Mustikowati & Ati Retna Sari, 2020).
7. Alifatul L. Fajriah, Ahmad Idris & Umi Nadhiroh melakukan penelitian pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan data yang digunakan ialah data sekunder dari perusahaan sektor makanan dan minuman yang diperoleh dari BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Alifatul L.F, 2022).
8. Riswanda Imawan dan Triyonowati melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Ritel di BEI”. Populasi dalam penelitian ini ialah 25 perusahaan ritel yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2019. Pengumpulan data yang digunakan ialah purposive sampling dan analisis data adalah regresi linier berganda dengan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang yang dihitung dengan (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan (TATO) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Triyonowati, 2021).
9. Rizki Zurraih dan Masta Sembiring melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh ukuran perusahaan dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan melalui praktek manajemen”. Pengumpulan data yang digunakan ialah purposive sampling sebanyak 18 perusahaan dengan 54 unit analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (sembiring, 2020).
10. Ni L.S. Dewantari, Wayan Cipta, & Gede P.A.J. Susila melakukan penelitian tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverages* di BEI”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 11

perusahaan dan data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Ni L.S. Dewantari, 2019).

11. Erine Sulistiana R. & Gatot Heru Pranjoto melakukan penelitian tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020”. Metode yang digunakan adalah metode purposive sampling dan diperoleh 15 perusahaan dengan Teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Aktivitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Pranjoto, 2022).
12. Adian Sahyu & Novera K. Maharani melakukan penelitian tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 47 Perusahaan yang merupakan Perusahaan Industri jasa dan sampel sebanyak 13 perusahaan dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Solvabilitas dan Aktivitas tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Maharani A. S., 2023).

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Wasiningsih, JMV Mulyadi (2019) (Wasiningsih dan JMV Mulyani, 2019)	Analisis factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan kualitas laba sebagai moderasi	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. Likuiditas 3. <i>Leverage</i>	<u>Secara simultan:</u> Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Struktur Kepemilikan terhadap nilai perusahaan. <u>Secara parsial:</u> 1. Profitabilitas, Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Muhammad Arraf Baihaqi, dan Murtanto (2023) (Muhammad Arraf Baihaqi dan Murtanto, 2023)	Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor transportasi, logistik dan infrastruktur yang terdaftar di BEI	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. <i>Investment Opportunity Set</i> 2. Pertumbuhan Penjualan 3. Profitabilitas 4. Kualitas Laba	<u>Secara simultan:</u> Investment Opportunity Set, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kualitas Laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <u>Secara parsial:</u> 1. <i>Good Corporate Governance</i> , Kualitas Laba tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Wina Aprilia, dan Nesti Hapsari (2021) (Wina Aprilia dan Nesti Hapsari, 2021)	Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Melalui Metode RGEK Terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. <i>Good Corporate Governance</i> 2. ROA 3. <i>Capital Adequacy (CAR)</i>	<u>Secara simultan:</u> <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> , <i>Return on Asset (ROA)</i> , <i>Capital Adequacy (CAR)</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <u>Secara Parsial:</u> 1. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Return on Asset (ROA)</i> , <i>Capital Adequacy (CAR)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Imam Hidayat, dan Khusnul Khotimah (2022) (Imam Hidayat dan Khusnul Khotimah, 2022)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai sub sektor Kimia	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas	<u>Secara Simultan:</u> Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. <u>Secara Parsial:</u> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh tidak positif terhadap nilai perusahaan.

Lanjutan Tabel 2.1

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Jenny Ambarwati, dan Mineva Riskawati Vitaningrum (2021) (R.Vitaningrum, 2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Likuiditas 2. Profitabilitas	<u>Secara Simultan:</u> Profitabilitas, dan Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <u>Secara Parsial:</u> 1. Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Siwi Nur Khotimah, Rita Indah Mustikowati, dan Ati Retna Sari (2020) (Siwi N. Khotimah, Rita I. Mustikowati & Ati Retna Sari, 2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas	<u>Secara Simultan:</u> Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan <u>Secara Parsial:</u> 1. Ukuran Perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Alifatul Laili Fajriah, Ahmad Idris, dan Umi Nadhiroh (2022) (Alifatul L.F, 2022)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependen: Nilai perusahaan Variabel independen: 1. Pertumbuhan Penjualan 2. Pertumbuhan Perusahaan 3. Ukuran Perusahaan	<u>Secara Simultan:</u> Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. <u>Secara parsial:</u> 1. Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Riswanda Imawan, dan Triyonowati (2021) (Triyonowati, 2021)	Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Ritel di BEI	Variabel dependen: Nilai perusahaan Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. Kebijakan Hutang Pertumbuhan Penjualan 3. Pertumbuhan penjualan	<u>Secara Parsial:</u> Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Pertumbuhan Penjualan, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. <u>Secara simultan:</u> 1. Profitabilitas berpengaruh, Kebijakan Hutang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

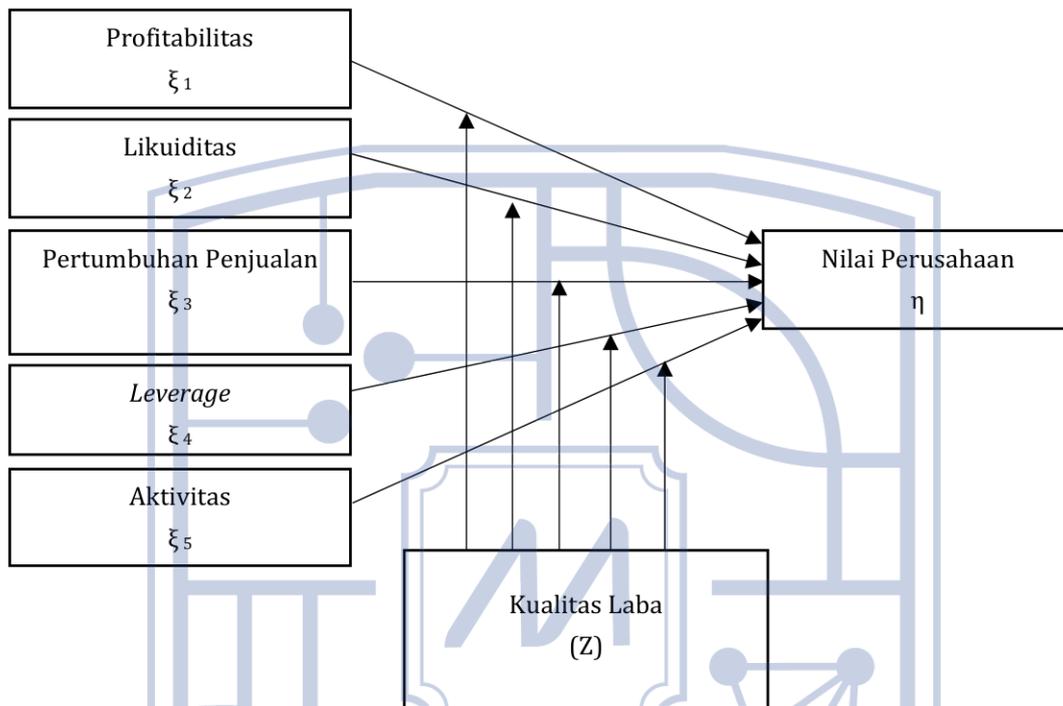
Lanjutan Tabel 2.1

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Rizki Zurraih dan Masta Sembiring (2020) (sembiring, 2020)	Pengaruh ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan melalui manajemen ril	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. <i>Leverage</i>	<u>Secara simultan:</u> Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <u>Secara persial:</u> 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019) (Ni L.S. Dewantari, 2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Food and Beverages</i> di BEI	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas	<u>Secara simultan:</u> Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan <u>Secara persial:</u> 1. Ukuran Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
Erina Sulistiana R, dan Gatot Heru Pranjoto (2022) (Pranjoto, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Aktivitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. Likuiditas 3. Aktivitas 4. Ukuran Perusahaan	<u>Secara simultan:</u> Profitabilitas, Likuiditas, Aktivitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. <u>Secara persial:</u> 1. Profitabilitas, Aktivitas, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
Adian Sahyu, dan Novera Kristianti Maharani (2023) (Maharani, 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Aktivitas	<u>Secara simultan:</u> Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Aktivitas berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan <u>Secara persial:</u> 1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> , Aktivitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3. Kerangka Konseptual

Berikut adalah kerangka konseptual penelitian ini:

Variabel Independen Variabel Moderasi Variabel Dependen



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba sebagai Variabel Moderasi

Profitabilitas sering dijadikan sebagai indikator utama untuk menilai seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan laba dibandingkan dengan asset atau ekuitas yang dimiliki. Semakin tinggi Profitabilitas, maka semakin efektif perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba. Profitabilitas dapat bertindak sebagai alat ukur kemampuan perusahaan dalam mendapat keuntungan. Kemampuan perusahaan dalam membayar deviden akan semakin besar apabila tingkat keuntungan yang didapatkan semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang berpotensi untuk terus tumbuh di masa depan, yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian

sebelumnya yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Ilham A, 2021).

Kualitas Laba yang tinggi dapat memperkuat dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kualitas laba yang baik mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang signifikan, yang gilirannya meningkatkan keyakinan investor terhadap kinerja perusahaan. Ketika profitabilitas yang tinggi disertai dengan kualitas laba yang kuat, pandangan positif investor terhadap perusahaan akan semakin meningkat. Dengan demikian, kualitas laba memperkuat hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, karena semakin tinggi kualitas laba menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mampu menghasilkan laba besar, tetapi juga mendistribusikan secara efisien.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah

H_{1a}: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_{2a}: Kualitas laba mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.

2.4.2. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderasi

Likuiditas sering dianggap sebagai indikator untuk menilai seberapa mudah perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki asset lancar yang cukup untuk menutup kewajiban jangka pendek, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor. Likuiditas yang baik juga menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat, sehingga lebih menarik bagi investor. Jika perusahaan memiliki rasio likuiditas yang tinggi tentunya akan menarik atensi para investor, karena itu akan menjadi sinyal bagi investor bahwa nilai perusahaan memiliki kinerja yang baik dan dapat menaikkan harga saham yang artinya nilai perusahaan juga meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Annisa F, 2021).

Kualitas laba yang baik juga dapat memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. perusahaan yang memiliki likuiditas baik dan kualitas laba tinggi biasanya lebih menarik bagi investor, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendek sambil menghasilkan laba yang signifikan bagi pemegang saham. Dengan

adanya kualitas laba yang tinggi, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berkontribusi pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah

H_{1b}: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_{2b}: Kualitas Laba mampu memoderasi hubungan antara Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

2.4.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderasi

Pertumbuhan Penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi mengindikasikan terjadinya kenaikan pendapatan penjualan sekaligus menunjukkan baiknya kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan karena memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Hasil ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Elyda Crisna Tamba, 2020).

Perusahaan dengan adanya kualitas laba, hubungan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan akan semakin kuat karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan pada perusahaan dapat meningkatkan laba bersih pada perusahaan dan hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk melunasi kewajiban perusahaan, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. jadi perusahaan yang pertumbuhannya tinggi dengan nilai perusahaan yang baik lebih meraih investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah

H_{1c}: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H_{2c}: Kualitas Laba mampu memoderasi hubungan antara Pertumbuhan Penjualan dengan nilai perusahaan.

2.4.4. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderasi

Leverage sering digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Semakin tinggi *Leverage*, maka semakin rendah resiko perusahaan

mengalami kebangkrutan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor. *Leverage* yang kuat menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola hutang dan asset dengan baik, sehingga memberikan keyakinan baik kepada investor terkait stabilitas perusahaan. *Leverage* dianggap lebih aman dan stabil oleh investor, yang dapat meningkatkan harga saham. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Laily, 2021).

Perusahaan dengan *Leverage* yang baik dan kualitas laba yang tinggi akan diciptakan persepsi positif dikalangan investor, karena ini menandakan bahwa perusahaan tidak hanya stabil dari sisi hutang, tetapi juga mampu memberikan laba per saham yang tinggi. Kualitas laba yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan yang signifikan kepada investor, yang dapat membuat harga saham meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas laba mampu memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah

H_{1d}: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_{2d}: Kualitas Laba mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* dengan Nilai Perusahaan.

2.4.5. Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderasi

Aktivitas dapat mengukur dan mampu menghasilkan penjualan melalui asetnya. Peningkatan perputaran asset akan menjadi indikasi bahwa perusahaan menggunakan asetnya lebih produktif. Perputaran asset menunjukkan kecepatan dimana asset diubah menjadi penjualan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi angka perputaran aktiva, maka semakin efektif perusahaan mengelola asetnya, maka semakin besar *Total Asset Turnover* akan semakin baik karena semakin efisien seluruh aktiva yang digunakan. *Total assets turnover* adalah perbandingan aktivitas, untuk mengetahui keuntungan yang didapat dari satu jenis usaha yang dipengaruhi oleh aktiva. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Maharani A. S., 2023).

Dengan adanya kualitas laba, hubungan *Total Asset Turnover* terhadap nilai perusahaan akan semakin kuat karena tingginya penjualan yang diperoleh perusahaan dapat digunakan untuk membayar kewajiban lancar, investor lebih memilih berinvestasi pada perusahaan yang nilai kualitas laba baik. Jadi, perusahaan yang penjualannya tinggi dengan kualitas laba yang

baik menarik investor untuk menanamkan modalnya sehingga semakin meningkat nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah

H_{1e}: Aktivitas berpengaruh positif terhadap kualitas laba

H_{2e}: Kualitas Laba mampu memoderasi hubungan antara Aktivitas dengan nilai perusahaan.

