

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

Teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross, 1997, merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pemilik saham yang kemudian memberikan informasi kepada para investor mengenai kinerja perusahaan dan nilai perusahaan di masa yang akan datang (Oktaviani *et al.*, 2019 dan Muncasari, 2023). Teori ini menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam Teori sinyal dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki berita bagus (Wardhani dan Kawedar, 2019 dan Indahsari dan Asyik, 2021).

Menurut Jogiyanto (2010) dan Muncasari (2023), informasi yang diumumkan sebagai suatu pengumuman yang akan memberikan sinyal kepada investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Dapat disimpulkan bahwa teori sinyal adalah salah satu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena teori tersebut dapat memberikan informasi tentang kondisi terkini perusahaan melalui laporan keuangan. Jika terdapat struktur modal yang mempunyai utang yang sangat tinggi, maka investor dapat mengetahuinya dan mengambil keputusan untuk melakukan investasi atau tidak pada perusahaan tersebut (Irawan dan Kusuma, 2019 dan Muncasari, 2023).

#### **2.2. Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan tentang pemecahan antara fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan dalam suatu perusahaan. Hubungan ini muncul apabila satu atau lebih orang mempekerjakan orang lain

agar diberikan jasa kemudian mempercayakan wewenang pengambilan keputusan tersebut (Irawan dan Kusuma, 2019 dan Muncasari, 2023). Dengan wewenang tersebut manajer dapat bertindak dengan hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri dan mengorbankan kepentingan dari para pemegang saham (Muncasari, 2023).

Teori keagenan sebagai kontrak kerja antara prinsipal dan agen, yang mana suatu beberapa prinsipal (pemilik) mendelegasi beberapa otoritas mereka guna membuat keputusan kepada agen (manajer). Hal tersebut menyatakan seorang manajer harus memiliki informasi tentang perusahaan dengan menyediakan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan termasuk kinerja keuangan dalam bentuk laporan tahunan sebagai kinerja perusahaan yang dikelola oleh manajer (Amro, 2020 dan Indahsari dan Asyik, 2021).

### **2.3. Nilai Perusahaan**

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual (Jesilia dan Purwaningsih, 2020). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017 dan Maryadi dan Djohar, 2023).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapai manajer tersebut (Maryadi dan Djohar, 2023). Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai kinerja

perusahaan yang tercermin dalam harga saham, yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran di pasar modal. Harga tersebut merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan dan harga yang mereka bersedia bayar (Harmono, 2013 dan Angkotasari *et al.*, 2023). Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar dividen (Jesilia dan Purwaningsih, 2020).

Nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya kemampuan perusahaan membayar dividen. Besarnya dividen ini akan mempengaruhi harga sahamnya. Apabila dividen yang dibayar tinggi, maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Sebaliknya bila dividen yang dibayarkan kecil maka harga saham perusahaan tersebut juga rendah, sehingga nilai perusahaan rendah. Kemampuan membayar erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba besar, maka kemampuan membayar dividen juga besar. Oleh karena itu, dengan dividen yang besar akan meningkatkan nilai Perusahaan (Jesilia dan Purwaningsih, 2020).

Penelitian ini menggunakan PBV untuk mengukur nilai perusahaan. Meskipun demikian, terdapat beberapa metode yang umum digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu sebagai berikut (Angkotasari *et al.*, 2023; Rahmadi dan Mutasowifin, 2021).

#### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

Investor dalam harapan pertambahan perusahaan yang akan datang dapat menilai memakai rasio PER. Dalam penilaiannya tercermin ke harga saham tersedia yang dibayar oleh investor. PER adalah perbedaan dengan harga saham terhadap earning perusahaan saham PER yang tinggi

menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang (Jesilia dan Purwaningsih, 2020). Untuk mengukur nilai perusahaan dengan PER dapat menggunakan rumus berikut (Rahmadi dan Mutasowifin, 2021).

$$PER = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Laba per saham}}$$

## 2. Price to Book Value (PBV)

Rasio PBV menunjukkan apakah harga saham suatu perusahaan dijual dalam keadaan *overvalue* (lebih mahal) atau *undervalue* (lebih murah) dibandingkan dengan nilai bukunya. Perusahaan yang memiliki PBV tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan yang diindikasikan sebagai kemakmuran bagi pemegang saham (Rahmadi dan Mutasowifin, 2021). Untuk mengukur nilai perusahaan dengan PBV dapat menggunakan rumus berikut (Angkotasari *et al.*, 2023).

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

## 3. Tobin's Q

Dengan mengukur Tobin Ratio, investor akan mendapatkan gambaran keadaan fundamental perusahaan dan pandangan pasar terhadap perusahaan. Nilai Tobin's Q dianggap baik jika nilai lebih dari satu (Tobin's Q > 1). Jika perusahaan memiliki nilai Tobin's Q lebih dari satu artinya perusahaan memiliki nilai perusahaan (*firm value*) lebih besar dibandingkan jumlah asetnya. Nilai Tobin's Q yang tinggi juga dapat mengindikasikan manajemen perusahaan berhasil mengelola aset

perusahaan. Untuk mengukur nilai perusahaan dengan Tobin's Q dapat menggunakan rumus berikut (Rahmadi dan Mutasowifin, 2021).

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{Total Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

#### 2.4. Intensitas Modal

Modal adalah hak atau bagian dari entitas yang mencakup pos modal seperti modal saham, surplus, laba ditahan, dan kelebihan nilai aktiva yang dimiliki terhadap total hutang (Munawir, 2007 dan Mustika dan Meirini, 2022). Intensitas modal atau *capital intensity* merupakan kebijakan manajemen perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2019 dan Mustika dan Meirini, 2022). Dengan demikian, intensitas modal adalah keputusan manajemen perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2016 dan Mustika dan Meirini, 2022).

Intensitas modal merujuk pada rasio aktivitas investasi yang dilakukan oleh perusahaan, terkait dengan investasi dalam bentuk aset tetap (disebut intensitas modal) dan persediaan (disebut intensitas persediaan) (Safitri *et al.*, 2023). Sementara menurut Noor *et al.* (2010) dan Safitri *et al.* (2023), intensitas modal adalah rasio antara aset tetap seperti peralatan, mesin, dan berbagai properti dengan total aktiva.

Rasio intensitas modal dapat mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan penjualan (Safitri *et al.*, 2023). Intensitas modal mengacu pada rasio kegiatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk aset tetap. Intensitas modal mencerminkan proporsi aset tetap perusahaan terhadap total asetnya (Widagdo *et al.*, 2020).

Pengukuran variabel intensitas modal (CI) ini diadopsi dari Widagdo *et al.* (2020), yang diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$CI = \frac{\text{Total aset tetap}}{\text{Total Aset}}$$

## 2.5. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu tanda atau ukuran yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya di dalam suatu industri (Maryadi dan Djohar, 2023). Pertumbuhan penjualan mencerminkan perkembangan tingkat penjualan dari satu tahun ke tahun berikutnya (Aprianto dan Dwimulyani, 2019). Menurut Wiguna (2016) serta (Elisa dan Amanah, 2021), pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di masa lalu dan dapat digunakan sebagai indikator untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan.

Ketika peningkatan pertumbuhan penjualan terjadi, ini akan memberikan dampak positif terhadap profitabilitas perusahaan, yang kemudian menjadi pertimbangan penting bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi (Elisa dan Amanah, 2021). Detiana (2011) serta Maryadi dan Djohar (2023) juga menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan tingginya pendapatan perusahaan. Penjualan memegang peranan strategis dalam suatu perusahaan, karena keberhasilannya tergantung pada dukungan sumber daya dan tingkat permintaan yang tinggi.

Dengan kata lain, pertumbuhan penjualan memainkan peran kunci dalam penilaian kinerja perusahaan. Dengan mengetahui tingkat pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat membuat perkiraan tentang seberapa besar keuntungan yang mungkin akan mereka raih. Perusahaan yang memiliki

pertumbuhan penjualan yang tinggi biasanya memerlukan sumber dana yang signifikan. Sumber pendanaan dapat berasal dari internal perusahaan, seperti laba ditahan, atau dari sumber eksternal seperti pinjaman (Elisa dan Amanah, 2021). Pengukuran variabel pertumbuhan penjualan (SG) diadopsi dari Pangaribuan *et al.* (2021) dan Susanto dan Lasar (2023), dengan rumus sebagai berikut.

$$SG = \frac{Sales_{(t)} - Sales_{(t-1)}}{Sales_{(t-1)}}$$

Keterangan:

$Sales_{(t)}$  : Penjualan periode saat ini

$Sales_{(t-1)}$  : Penjualan periode sebelumnya

## 2.6. Kualitas Laba

Kualitas laba merupakan ukuran untuk melihat apakah laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan dapat merefleksikan kinerja perusahaan yang sebenarnya. Kualitas laba perusahaan yang efisien, dapat menyediakan informasi yang lebih efisien pula mengenai kinerja keuangan perusahaan yang relevan dalam membuat keputusan terkait Perusahaan (Renaldi dan Handayani, 2022). Kualitas laba dipandang sebagai kemampuan laba untuk secara akurat mencerminkan kondisi keuangan perusahaan dan memberikan prediksi yang handal tentang performa keuangan masa depan (Febrijianti, 2023).

Menurut Herninta dan Ginting (2020), kualitas laba dapat diartikan sebagai evaluasi sejauh mana laba dapat diperoleh secara konsisten dan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya. Tanto (2020) menjelaskan bahwa laporan laba yang berkualitas dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai laba dan arus kas di masa depan. Laba yang berkualitas akan mendapatkan respons positif dari pengguna laporan keuangan, sedangkan laba

dengan kualitas yang buruk atau tidak mencerminkan kinerja keuangan yang sebenarnya tidak akan direspons dengan baik oleh pengguna laporan keuangan karena dapat memberikan informasi yang tidak akurat saat pengambilan kebijakan atau keputusan.

Menurut Warianto dan Rusiti (2014) serta Febrijianti (2023), terdapat beberapa ciri yang menandakan bahwa laba dapat dianggap berkualitas. Pertama, laba yang berkualitas mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai kinerja operasional perusahaan pada saat ini. Kedua, laba tersebut dapat memberikan indikasi yang handal mengenai kemungkinan kinerja perusahaan di masa depan. Terakhir, laba yang berkualitas juga berfungsi sebagai alat ukur yang efektif dalam menilai prestasi keseluruhan perusahaan.

Dalam penelitian ini, pengukuran kualitas laba dilakukan dengan menggunakan model Penman, sebagaimana dijelaskan oleh Tanto (2020) dan Pangestu (2022). Meskipun demikian, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas, yaitu sebagai berikut (Julianingsih *et al.*, 2020; Nathania, 2023; Pangestu, 2022; Renaldi dan Handayani, 2022).

#### 1. Model Penman

Model ini menilai kualitas laba dengan membandingkan arus kas dari aktivitas operasional dengan laba bersih yang dilaporkan oleh perusahaan. Semakin rendah rasio ini, semakin tinggi kualitas laba yang tercermin oleh perusahaan. Rumus kualitas laba (QI), yaitu sebagai berikut (Pangestu, 2022; Renaldi dan Handayani, 2022).

$$QI = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{EBIT}$$

## 2. Model *Modified Jones*

Perhitungan kualitas laba pada model *modified jones*, terbagi menjadi beberapa langkah, diantaranya adalah sebagai berikut (Julianingsih *et al.*, 2020; Nathania, 2023).

### a. Total *Accruals*

$$TAC_t = NI_i - CF_i$$

Keterangan:

$TAC_t$  : Total *accruals* pada tahun t

$NI_i$  : Laba bersih perusahaan i pada tahun t

$CF_i$  : Arus kas dari aktivitas operasi (*operating cash flow*) perusahaan i pada tahun t

### b. *Discretionary Accruals*

$$DAC_t = \frac{TAC_t}{SALES_t} - \frac{TAC_{t-1}}{SALES_{t-1}}$$

Keterangan:

$DAC_t$  : *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

$TAC_t$  : Total *accruals* pada tahun t

$TAC_{t-1}$  : Total *accruals* pada periode sebelumnya

$SALES_t$  : Penjualan perusahaan pada tahun t

$SALES_{t-1}$  : Penjualan perusahaan pada periode sebelumnya

## 2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam studi ini digunakan sebagai sumber referensi dan bahan pembanding dengan penelitian lainnya. Disamping itu, tujuan utama dalam penggunaan penelitian terdahulu adalah untuk memastikan orisinalitas dari penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut.

**Table 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian                                                         | Peneliti                  | Variabel Penelitian                                                                                                                                                                                                             | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <i>The Impact of Earnings Quality on Firm Value: The Case of Vietnam</i> | Dang <i>et al.</i> (2020) | Kualitas laba (manajemen laba, ketahanan laba, dan ketepatan waktu), ukuran perusahaan, leverage keuangan, rasio nilai pasar terhadap nilai buku, pertumbuhan, tingkat investasi dalam aset tetap, rasio pembayaran dividen dan | Kualitas laba berkorelasi positif dengan nilai perusahaan secara signifikan, sementara faktor-faktor seperti leverage keuangan, rasio nilai pasar terhadap nilai buku, dan pertumbuhan pendapatan memiliki dampak negatif. Variabel-variabel seperti ukuran perusahaan, tingkat investasi |

| No | Judul Penelitian                                                      | Peneliti           | Variabel Penelitian                                      | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                       |                    | nilai perusahaan                                         | dalam aset tetap, dan tingkat pembayaran dividen memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage keuangan, pertumbuhan pendapatan, dan rasio nilai pasar terhadap nilai buku memiliki hubungan negatif dengan nilai perusahaan menurut nilai ekonomi, Tobin's Q, atau Harga. |
| 2  | <i>The Interactions of Corporate Sales Growth and Diversification</i> | Kwon et al. (2021) | Strategi diversifikasi, pertumbuhan penjualan, dan nilai | Hasil penelitian menemukan bahwa meskipun ada diskon diversifikasi secara umum, dampaknya                                                                                                                                                                                                                |

| No | Judul Penelitian                                | Peneliti | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|-------------------------------------------------|----------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>Strategy:<br/>Cross-Country<br/>Evidence</i> |          | perusahaan          | berubah tergantung pada perubahan bersama dalam pertumbuhan penjualan dan diversifikasi. Ketika penurunan diversifikasi disertai dengan penurunan pertumbuhan penjualan, terjadi premi diversifikasi; ketika peningkatan diversifikasi disertai dengan peningkatan pertumbuhan penjualan, diskon diversifikasi berkurang. Namun, peningkatan diversifikasi saat pertumbuhan penjualan menurun menyebabkan |

| No | Judul Penelitian                                                      | Peneliti                | Variabel Penelitian                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                       |                         |                                        | diskon diversifikasi yang signifikan. Hasilnya lebih terasa pada perusahaan pasar yang telah berkembang daripada yang masih berkembang. Kesimpulannya, strategi diversifikasi yang dipertimbangkan dengan baik, khususnya dalam konteks pertumbuhan penjualan, dapat mengurangi dampak negatif diversifikasi pada nilai perusahaan. |
| 3  | <i>Finance and sales growth at the firms level in Iran: Does type</i> | Cheratian et al. (2024) | Pembiayaan untuk pengeluaran riset dan | Pembiayaan untuk pengeluaran riset dan pengembangan,                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| No | Judul Penelitian           | Peneliti              | Variabel Penelitian                                                                                                                                                                                                  | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>of spending matter?</i> |                       | pengembangan, diversifikasi produksi, penciptaan lapangan kerja baru, periklanan, pengeluaran untuk kepemilikan kekayaan intelektual, pelatihan tenaga kerja, akuisisi tanah dan bangunan, dan pertumbuhan penjualan | diversifikasi produksi, penciptaan lapangan kerja baru, dan periklanan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan secara signifikan. Kami juga menemukan bahwa pengeluaran untuk kepemilikan kekayaan intelektual, pelatihan tenaga kerja, dan akuisisi tanah dan bangunan secara negatif memoderasi hubungan antara keuangan dan pertumbuhan penjualan. |
| 4  | Pengaruh Kebijakan         | Renaldi dan Handayani | Kebijakan Dividen,                                                                                                                                                                                                   | Kebijakan dividen, pertumbuhan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| No | Judul Penelitian                                                            | Peneliti | Variabel Penelitian                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Dividen, Pertumbuhan Perusahaan dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan | (2022)   | Pertumbuhan Perusahaan, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan | <p>perusahaan, dan Kualitas laba secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.</p> <p>Kebijakan dividen secara parsial memiliki pengaruh positif Terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak Berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kualitas laba secara parsial</p> <p>Memiliki pengaruh positif terhadap</p> |

| No | Judul Penelitian                                                                                                                                             | Peneliti                   | Variabel Penelitian                                                             | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                              |                            |                                                                                 | nilai perusahaan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5  | Pengaruh Current Ratio, Intensitas Modal Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-201 | Supia <i>et al.</i> (2021) | <i>Current ratio, intensitas modal, net profit margin, dan nilai perusahaan</i> | Current Ratio secara parsial berpengaruh negatif serta tidak Signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Intensitas Modal tidak berpengaruh serta tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Nett Profit Margin secara parsial berpengaruh negatif serta signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan secara |

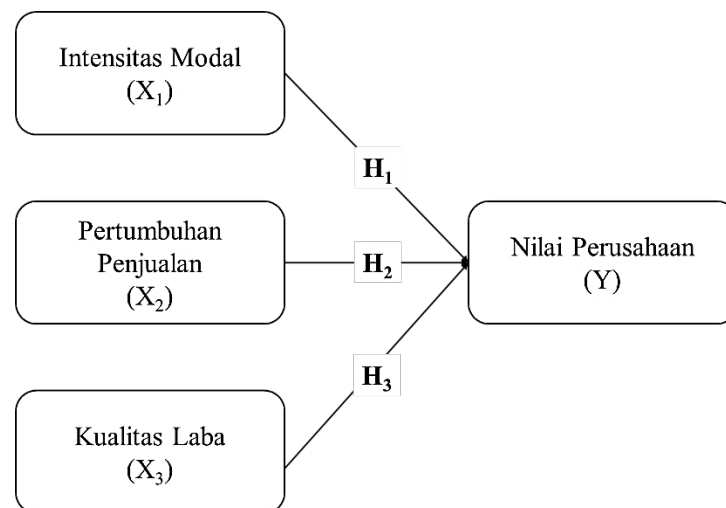
| No | Judul Penelitian                                                                                                                   | Peneliti                    | Variabel Penelitian                                                                                               | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                    |                             |                                                                                                                   | <p>simultan faktor Current Ratio, Intensitas</p> <p>modall juga Nett Profit Margin signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur,yang terdaftar di BEI periode 2017~2019.</p> |
| 6  | Pengaruh Intensitas Aset Biologis, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Modal Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan | Rahman <i>et al.</i> (2023) | Intensitas Aset Biologis, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Modal Asing, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan | <p>Intensitas aset biologis, pertumbuhan penjualan, kepemilikan modal asing tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh</p>     |

| No | Judul Penelitian                                                                                                                                                     | Peneliti                  | Variabel Penelitian                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                 |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                      |                           |                                                                                | signifikan<br><br>negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.                                                                         |
| 7  | Pengaruh Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Barang Konsumen Primer yang | Maryadi dan Djohar (2023) | Perencanaan pajak, manajemen laba, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan | secara signifikan, Perencanaan Pajak dan Manajemen Laba tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan secara signifikan, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. |

| No | Judul Penelitian                                   | Peneliti | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian                                                                                                                             |
|----|----------------------------------------------------|----------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020) |          |                     | dan Secara simultan, Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. |

## 2.8. Kerangka Pemikiran

Pada studi ini, kerangka penelitian digunakan untuk menunjukkan hubungan antar variabel yang diteliti. Adapun variabel yang diteliti dalam studi ini, antara lain variabel independen yang terdiri dari intensitas modal, pertumbuhan penjualan, dan kualitas laba; variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.9. Pengembangan Hipotesis

### 2.9.1. Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin tinggi intensitas modal, semakin meningkatkan nilai perusahaan. Intensitas modal adalah sebuah rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana efisiensi penggunaan aktiva yang diperlukan untuk menghasilkan pendapatan. Dapat diinterpretasikan bahwa intensitas modal menentukan sejauh mana manajemen memanfaatkan asetnya secara efisien untuk menciptakan pendapatan. Tingkat rasio intensitas modal, baik yang tinggi

maupun rendah, memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketika rasio intensitas modal tinggi, hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aset oleh perusahaan dianggap sangat efektif dan efisien, sehingga investor akan menilai bahwa perusahaan berkinerja baik (Ismiati<sup>1</sup> *et al.*, 2023).

Sumber lain juga mengungkapkan bahwa peningkatan intensitas modal dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Tingkat intensitas modal yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah efektif dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan pendapatan (Dang *et al.*, 2020; Winarmo, 2015 dan Supia *et al.*, 2021). Ini berarti perusahaan telah berhasil mengoptimalkan penggunaan asetnya, yang dapat berkontribusi positif terhadap kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H<sub>1</sub>: Intensitas modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022

### **2.9.2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan kapabilitas suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan seiring berjalannya waktu. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kesuksesan investasi yang dilakukan di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai indikator untuk memprediksi pertumbuhan di masa mendatang. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu bukti bahwa perusahaan sedang mengalami pertumbuhan yang nyata. Pertumbuhan perusahaan adalah tanda bahwa perusahaan tersebut memiliki aspek yang menguntungkan, dan para investor berharap bahwa tingkat pengembalian dari investasi yang telah dilakukan akan menunjukkan progres yang positif (Maryadi dan Djohar, 2023).

Menurut Maryanti (2016) dan Rahman *et al.* (2023), peningkatan penjualan setiap tahun menandakan kinerja yang baik dari perusahaan karena menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan, yang pada gilirannya berdampak positif pada peningkatan laba dan memperkuat sumber pendanaan internal perusahaan. Peningkatan penjualan akan menghasilkan peningkatan pendapatan dan memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan lebih banyak inisiatif (Dewi *et al.*, 2015 dan Rahman *et al.*, 2023). Peningkatan penjualan akan menghasilkan peningkatan nilai perusahaan, yang akan membuat investor lebih percaya untuk menanamkan dananya di dalamnya (Limbong dan Chabachib, 2016 dan Rahman *et al.*, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H<sub>2</sub>: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022

### **2.9.3. Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan**

Informasi mengenai laba dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan mencapai atau tidak mencapai tujuan operasionalnya yang telah ditetapkan (Apridasari *et al.*, 2018 dan Renaldi dan Handayani, 2022). Kualitas laba merupakan salah satu faktor terpenting dalam menilai suatu perusahaan. Kualitas laba yang tinggi secara otomatis akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan, sebaliknya kualitas laba yang kurang baik akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan (Jonathan dan Machdar, 2018 dan Renaldi dan Handayani, 2022).

Sumber lain mengemukakan bahwa kualitas laba yang tinggi, terutama pendapatan yang dilaporkan, dapat menjadi landasan bagi pengguna laporan keuangan untuk membuat keputusan yang optimal dan menjelaskan variabilitas harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula

nilai perusahaan, sehingga dapat dianggap sebagai indikator dalam menilai nilai suatu perusahaan (Renaldi dan Handayani, 2022).

Laba yang berkualitas adalah bentuk laporan laba yang dapat digunakan oleh pemakai laporan keuangan untuk membuat keputusan yang tepat terkait investasi dan meramalkan harga saham atau tingkat pengembalian saham. Semakin tinggi kualitas laporan laba, semakin berkurang kesalahan pengambilan keputusan oleh pengguna laporan keuangan, sehingga nilai perusahaan dapat dijaga dengan baik (Putri dan Mulyani, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H<sub>3</sub>: Kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022