

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signaling Theory*

Menurut Brigham dan Houston (2014), *signaling theory* adalah sebuah tanda atau sinyal yang diberikan perusahaan kepada para investor untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan para investor. Sinyal yang dimaksud merupakan tindakan atau keputusan manajemen, salah satu contohnya adalah melalui dividen. Jika perusahaan membagikan dividen kepada para pemegang saham, maka sinyal tersebut merupakan good news bagi investor. Sedangkan, jika perusahaan memotong atau tidak membagikan dividen kepada para pemegang saham maka sinyal tersebut merupakan bad news bagi investor. Disamping penggunaan dividen sebagai signal, perusahaan juga bisa menggunakan pendanaan secara hutang sebagai signal positif kepada para investor (Septiani et al, 2018). Perusahaan yang memiliki keyakinan terhadap prospek dan keyakinan terhadap kenaikan harga saham, maka perusahaan ingin mengkomunikasikan hal tersebut kepada para investor. Penggunaan hutang yang lebih banyak dapat menjadi signal yang lebih terpercaya oleh perusahaan kepada para investor. Hal ini dikarenakan pada perusahaan yang berani untuk meningkatkan penggunaan hutang dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek masa depan perusahaan tersebut. Investor diharapkan dapat menangkap signal positif tentang prospektif perusahaan dimasa depan.

2.1.2 Teori Kontinjensi

Teori Kontinjensi dikemukakan oleh Fiedler (1967) yang menjelaskan bahwa bagaimana prosedur operasi pengendalian pada suatu organisasi. Teori kontinjensi juga melakukan identifikasi mengenai bentuk-bentuk optimal pengendalian organisasi tersebut. Pendekatan akuntansi pada akuntansi manajemen didasarkan pada premis umum bahwa tidak ada sistem akuntansi yang secara universal selalu tepat untuk

dapat diterapkan pada setiap organisasi, tetapi hal ini tergantung pada faktor situasional yang ada dalam organisasi (Otley, 1980). Dalam penelitian ini, faktor kontinjensi yang digunakan adalah intensitas persaingan pasar dan strategi tingkat bisnis. Hal ini berdasarkan dugaan bahwa strategi tingkat bisnis yang diterapkan oleh suatu organisasi ditambah dengan intensitas persaingan pasar yang terjadi dalam suatu industri akan menentukan tinggi rendahnya tingkat manipulasi yang dilakukan oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

2.2 Definisi Variabel Umum

2.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan. Jika harga saham mengalami peningkatan, nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Tujuan keuangan perusahaan adalah memaksimalkan nilai pasar saat ini dari investasi pemegang saham. Tujuan sederhana ini masuk akal ketika pemegang saham memiliki akses pada lembaga dan pasar keuangan yang berfungsi dengan baik. Akses memungkinkan mereka berbagi risiko dan memindahkan tabungan sepanjang waktu. Akses memberikan mereka fleksibilitas untuk mengelola rencana investasi dan tabungan mereka sendiri, yang memberi manajer keuangan perseroan satu tugas saja, untuk meningkatkan nilai pasar (Brealey, Myers, & Marcus, 2008). Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Dengan menggunakan rumus Tobin's Q akan diperoleh hasil terendah berkisar 0 dan 1 hal ini menunjukkan bahwa biaya ganti aset suatu perusahaan lebih besar dibandingkan nilai pasar perusahaan. Hal ini pula menunjukkan bahwa pasar (*market*) memberi penilaian kurang terhadap perusahaan. Nilai Tobin's Q dianggap tinggi apabila memiliki nilai besar lebih besar dari 1 mengindikasikan bahwa nilai perusahaan lebih besar dari nilai aset perusahaan yang tercatat. Hal ini juga menunjukkan bahwa pasar memberi nilai lebih terhadap perusahaan. Menurut Sudiyanto dan Puspitasari (2010), Tobin's Q dapat dihitung sebagai berikut :

$$Q=(MVE+D)/(TA)$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

D = Nilai buku dari total hutang

MVE = Nilai pasar ekuitas (hasil perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga saham penutupan)

TA= Total Asset

2.2.2 Profitabilitas

Menurut Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2010), rasio *profitabilitas* digunakan untuk mengukur pendapatan atau keberhasilan usaha suatu perusahaan pada kurun waktu tertentu. Pendapatan yang kurang lancar akan memengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengendalikan utang dan pembiayaan ekuitas. Selain itu, pendapatan juga memengaruhi Likuiditas perusahaan dan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk berkembang. *profitabilitas* memengaruhi kemampuan untuk membayar utang; efisiensi dengan aset yang digunakan berdampak pada analisis *profitabilitas*. Pemegang saham berinvestasi dengan mengharapkan bahwa bisnisnya akan mendapatkan keuntungan. Keuntungan juga diperlukan untuk memastikan pertumbuhan bisnis jangka panjang dan kemampuan untuk dapat bertahan. Keuntungan perusahaan dapat diukur dalam beberapa dimensi yang berbeda tetapi saling terkait. Semakin besar kemampuan perusahaan untuk mengendalikan hubungan antara biaya dan pendapatan, semakin besar pula kekuatan pendapatannya ditingkatkan (Torok & Cordon, 2002). Manajemen keuangan akan berusaha untuk memberikan laba dan nilai bagi pemegang sahamnya; dengan kata lain, tujuan manajemen keuangan adalah mensejahterakan para pemegang saham. Hal yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan adalah memaksimalkan laba. Salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan *firm growth* adalah margin laba. Peningkatan margin laba akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana internal dan dengan demikian

meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010). Menurut Ross, Westerfield, dan Jordan (2010), peningkatan margin laba akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana internal dan dengan demikian meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan. Pertumbuhan yang berkelanjutan akan menarik perhatian para investor karena perusahaan tersebut dipastikan dapat beroperasi minimal satu tahun ke depan dan berkelanjutan. Hal tersebut tentunya dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Selain semakin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, harga saham perusahaan tersebut juga akan meningkat, sehingga jika harga saham mengalami peningkatan, nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Pengukuran *profitabilitas* menggunakan indikator rasio ROA. Hasil perhitungan ROA yang menunjukkan angka positive menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan manajemen yang baik dalam meningkatkan pertumbuhan modal sendiri, sedangkan apabila nilai ROA negatif artinya perusahaan tidak menghasilkan laba maka akan menghambat pertumbuhan modal sendiri. ROA dapat dihitung menggunakan rumus berikut :

$$\text{ROA} = \text{Net Profit} / \text{Total Aset} * 100\%$$

2.2.3 Keputusan Pendanaan

Keputusan Pendanaan didefinisikan sebagai keputusan yang menyangkut komposisi yang dipilih oleh perusahaan (Hasnawati, 2005). Keputusan pendanaan dalam penelitian ini dikonfirmasi melalui Debt to Asset Ratio (DAR). Rasio ini menunjukkan perbandingan antara pembiayaan dan pendanaan melalui hutang dengan pendanaan melalui aset. Hasil DAR pada angkakurang dari 0,5 kali, maka sebagian besar aset perusahaan adalah hasil dari biaya ekuias. Rasio yang hasilnya lebih dari 0,5 kali, artinya sebagian aset perusahaan adalah hasil pembiayaan dari hutang. Rumus untuk menghitung DAR menurut Harahap (2010) adalah sebagai berikut :

$$\text{DAR} = \text{Total Hutang} / \text{Total Aset} * 100\%$$

2.2.4 *Firm Growth*

Firm growth merupakan seberapa jauh perusahaan dapat menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoeds dalam Safitri dan Suwitho, 2015). *Firm Growth* merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor eksternal, internal, dan pengaruh iklim industri (Herawati, 2013). *Firm growth* yang cepat akan mengakibatkan besarnya kebutuhan dana bagi perusahaan untuk ekspansi. Semakin besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jika investasi dilakukan dengan tepat, maka *firm growth* akan mendatangkan laba dimasa depan. Hasil perhitungan *firm growth* yang menunjukkan angka postive berarti bahwa perusahaan memiliki pertumbuhan perusahaan yang baik dan baik dalam manajemen laba. *Firm Growth* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Firm\ growth = \frac{Total\ Aset\ (t) - Total\ Aset\ (t-1)}{Total\ Asets\ (t-1)}$$

2.2.5 *Product Market Competition*

Rakestraw (2015) berpendapat bahwa kompetisi adalah multidimensi yang timbul dari perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri dan pendatang potensial. Menurut teori klasik, kompetisi dapat dianggap sebagai persaingan antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri (Porter 1980). Kompetisi dapat dilihat melalui lima kekuatan persaingan antara lain ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok dalam mempengaruhi *profitabilitas* perusahaan dan strategi perusahaan. Dalam terminologi Komisi Pengawas Persaingan Usaha, mengatakan bahwa nilai konsentrasi pada perusahaan dapat menunjukkan tingkat persaingannya dalam suatu pasar. Shleifer dan Vishny (1997) berpendapat bahwa persaingan pasar produk mungkin memiliki kekuatan yang paling kuat terhadap efisiensi ekonomi di dunia. Chou et al (2011) dalam menghitung product market competition

menggunakan Herfindhal Index (HHI), Giroud et al (2011) menggunakan HHI untuk menghitung product market competition. Hesari et al (2014) menghitung product market competition menggunakan rumus HHI ;

$$HHI = \sum_{j=1}^n S_{(j.i.t)}^2$$

Dimana:

{HHI}_{(j.t)} = Heirfindahl – Hirschman Index yang menunjukkan level konsentrasi pada industri i

S_{(j.t)} = market share perusahaan i pada industri j

n = jumlah perusahaan aktif pada masing-masing industri

Hesari et al (2014) untuk menghitung market share menggunakan total penjualan. Herfindahl - Hirschman index mendekati 0, hal tersebut mengindikasikan konsentrasi pasar yang rendah dan meningkatkan kompetisi. Jika index mendekati angkat 1, hal tersebut mengindikasikan adanya perusahaan yang mendominasi dalam pasar (Mohebbi, 2014)

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan signalling theory, perusahaan yang memiliki tingkat *profitabilitas* tinggi akan berusaha untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham bahwa perusahaan telah menjalankan bisnis dengan baik sehingga mampu mendapatkan tingkat proftabilitas yang tinggi. Hal ini dikarenakan *profitabilitas* merupakan keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Semakin meningkatnya *profitabilitas* suatu perusahaan, maka harga saham perusahaan tersebut semakin meningkat. Dengan meningkatnya harga saham, mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Hal ini dapat berdampak terhadap naiknya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi dan WirajayaN (2013) yang menyatakan bahwa *profitabilitas*

terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif. Laba yang diperoleh perusahaan semakin besar maka kemungkinan akan semakin besar juga perusahaan membayarkan return kepada pemegang sahamnya, hal ini dapat menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

H1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.2 Pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan akan mengharapkan adanya struktur modal optimal, yaitu struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Fenandar dan Raharja, 2012). Keputusan pendanaan ini mencakup cara bagaimana mendanai kegiatan perusahaan agar optimal, cara memperoleh dana untuk investasi yang efisien, dan cara mengomposisikan sumber dana optimal yang harus dipertahankan (Horne, 1997 dalam Ansori dan Denica, 2010). Keputusan ini menyangkut komposisi yang meliputi hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, dan modal sendiri.

H2: Keputusan pendanaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.3 Pengaruh *Firm Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Firm growth adalah pencerminan dari produktifitas perusahaan dan merupakan salah satu tujuan yang dapat diharapkan oleh pihak internal dan eksternal perusahaan karena dapat membawa pengaruh yang baik terhadap perusahaan dan pihak yang memiliki minat dalam perusahaan seperti investor, kreditur dan pemegang saham (Helfert, 1997). *Firm growth* adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi bisnisnya dalam pembangunan ekonomi dan industri di mana perusahaan tersebut dapat beroperasi dengan baik. *Firm growth* secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2017. Hal ini menunjukkan bahwa informasi tentang peningkatan *firm growth* yang dilihat dari pertumbuhan aset dapat memberikan sinyal positif bagi investor karena peningkatan aset memiliki potensi yang tinggi untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang, sehingga dapat menjadi prospek usaha

yang baik bagi investor yang akan berinvestasi dan akan berdampak pula pada nilai perusahaan (Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin dan Maya Sari, 2019)

H3 : *Firm growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3.4 Pengaruh *Product Market Competition* terhadap Nilai Perusahaan

Tingkat persaingan yang semakin ketat akan menurunkan nilai perusahaan jika perusahaan tidak mampu menghadapi tinggi rendahnya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam industri. Hal berbeda ditemukan Beiner pada perusahaan yang memiliki tingkat *product market competition* yang rendah. Beiner menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat *product market competition* yang rendah berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Begitu pun dengan penelitian yang dilakukan oleh Filson, (2004) juga menemukan bahwa dengan tingkat persaingan yang semakin intens akan mengurangi nilai perusahaan. Tingginya kompetisi yang dihadapi oleh perusahaan dan perusahaan tidak mampu untuk menghadapi kompetisi tersebut, mengakibatkan investor menjadi ragu untuk berinvestasi. Namun, Ammann et al (2013) menemukan bahwa adanya hubungan positif *product market competition* terhadap *firm value*. Hal ini memperlihatkan bahwa tingginya kompetisi dan kemampuan perusahaan untuk menjaga mempertahankan keuangan perusahaan dengan baik, dilihat positif oleh investor untuk melakukan investasi pada perusahaan, dan hal ini mendorong kenaikan nilai perusahaan begitupun hal sebaliknya, rendahnya kompetisi yang dihadapi perusahaan membuat investor menilai kurang nilai perusahaan. Hal yang sama juga ditemukan oleh Byun et al (2011) bahwa *product market competition* membuat perusahaan memiliki nilai yang tinggi.

H4 : *Product market competition* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Variabel	Metode	Hasil
1.	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Transportasi Laut Di Bursa Efek Indonesia)	Ilham Thaib dan Acong Dewantoro (2017)	Profitabilitas, Likuiditas, Struktur modal, Nilai Perusahaan	Teknik Estimasi Path Analysis (Hair Et Al., 2006)	Penelitian ini menunjukkan hasil Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini berarti keuntungan suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini dikatakan bahwa profitabilitas tidak begitu berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan pelayaran memiliki rata-rata profitabilitas yang rugi sedangkan nilai perusahaan rata-rata memiliki nilai yang stagnan. Likuiditas keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.pada penelitian ini dikatakan bahwa likuiditas tidak begitu berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan rata-rata perusahaan pelayaran memiliki current ratio likuid sedangkan

					<p>nilai perusahaan yang stagnan. Struktur Modal berpengaruh Positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, karena dalam Perusahaan transportasi laut Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena kenaikan dan penurunan struktur modal dalam hal pembiayaan terhadap modal perusahaan transportasi laut tidak mempengaruhi nilai perusahaan yang stagnan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal, karena Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan menjadikan kebutuhan dana khususnya dari investor baik dalam jangka pendek maupun panjangnya makin kecil. Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal, dan Likuiditas mempunyai</p>
--	--	--	--	--	--

					pengaruh secara langsung yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan saat dimediasi oleh Struktur Modal mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Pengaruh Kerputusan Investasi, Keputusan Investasi, Kebijakan Deviden, Dan <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Dian Surya Sempurna dan Mila Novita Sari (2018)	Price Earning Ratio (PER), Debt to Equity Ratio (DER), Dividend Payout Ratio (DPR), Return on Assets (ROA), Price to Book Value (PBV)	Analisis statistik deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linear berganda,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), investasi yang dilakukan perusahaan farmasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir, pertumbuhan transaksi penjualan industri farmasi mencapai 15% dan saat ini perusahaan farmasi berinvestasi dengan membangun pabrik. Diduga karena hal tersebut keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan (2) kebijakan

					<p>hutang (DER) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), Hal ini ditunjukkan pada tahun 2016, salah satu perusahaan farmasi yaitu PT. Kalbe Farma, Tbk menerima penyaluran kredit dari Bank Mandiri lebih besar dari tahun 2015. Di tahun 2016 nilai kredit tersebut naik 40,80% dari tahun sebelumnya. Sedangkan berdasarkan laporan keuangan tahun 2016, penjualan bersih PT. Kalbe Farma, Tbk hanya naik sebesar 10,8% jika dibandingkan penjualan tahun lalu. Diduga karena hal tersebut kebijakan hutang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) kebijakan dividen (DPR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), Hal ini ditunjukkan oleh salah satu</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>perusahaan farmasi yaitu PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk bahwa selama periode 2009-2016 perusahaan tersebut memiliki tingkat dividen paling tinggi dibandingkan dengan perusahaan farmasi lainnya. Namun tingginya tingkat dividen ini tidak diimbangi dengan harga saham PT. Taisho Pharmaceutical selama periode tersebut yang memiliki harga saham yang stabil. Diduga karena hal tersebut tinggi rendahnya dividen yang dibayarkan oleh perusahaan maka tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (4) profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), Hal ini ditunjukkan pada salah satu perusahaan farmasi yaitu PT. Merck Indonesia Tbk, pada tahun 2016</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>mengalami <i>Sales Growth</i> sebesar 5,2% dari tahun 2015. Dan laba bersih tahun 2016 juga meningkat sebesar 7,92% dibandingkan dengan tahun 2015. Diduga karena hal tersebut profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
3.	<p>Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, <i>Firm Growth</i>, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017)</p>	<p>Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin dan Maya Sari (2019)</p>	<p>DER, Ukuran Perusahaan, <i>Firm Growth</i>, ROA, PBV</p>	<p>Analisis Data Panel</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) struktur modal (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), Perusahaan yang berhasil mendapatkan pinjaman, artinya dalam proses untuk mendapatkan pinjaman tersebut, pihak pemberi pinjaman sudah lebih dulu menilai kondisi perusahaan tersebut apakah layak diberi pinjaman atau tidak. Jika layak, maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dinilai mampu memenuhi kewajibannya tersebut di masa yang akan</p>

					<p>datang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh pemberi pinjaman, artinya perusahaan dianggap memiliki prospek usaha yang baik jika diberi pinjaman tersebut. (2) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.(3) <i>Firm Growth</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), informasi tentang <i>Firm Growth</i> yang baik dapat memberikan sinyal positif bagi investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang akan berdampak pula pada meningkatnya nilai perusahaan, Oleh karena itu, <i>Firm Growth</i> dapat</p>
--	--	--	--	--	---

					menunjukkan kemajuan suatu perusahaan. Peningkatan aset memiliki potensi yang tinggi untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang.
4.	PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES	Asri Pawestri Setyo Utami dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2018)	keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, nilai perusahaan	Teknik analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini yaitu (1) keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan food and beverage. Semakin tinggi tingkat keputusan investasi yang ditetapkan perusahaan maka akan menghasilkan kesempatan yang tinggi pula untuk mendapatkan keuntungan yang besar. (2) keputusan pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan food and beverage. (3) kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan food and beverage. Kebijakan dividen menentukan berapa banyak keuntungan yang akan

					diperoleh pemegang saham. Kebijakan dividen menentukan berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham. Keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham ini akan menentukan kesejahteraan para pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.
5.	PENGARUHAN <i>FIRM GROWTH</i> , STRUKTUR MODAL, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Isabella Permata Dhani dan A.A Gde Satia Utama (2017)	Growth, Capital Structur, Profitability, firm value	analisis regresi linier berganda, asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik, Kolmogorov-Smirnov (K-S) Uji asumsi klasik terdiri dari: (1) Uji Normalitas; (2) Uji Multikolinieritas; (3) Uji Heteroskedastisitas; dan (4)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) <i>Firm Growth</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai <i>Firm Growth</i> perusahaan tidak bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Semakin tinggi <i>Firm Growth</i> tidak terlalu berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan. (2) Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai struktur modal perusahaan tidak bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Semakin

				Uji Autokorelasi	tinggi struktur modal tidak terlalu berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan. (3) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai profitabilitas perusahaan bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.
6.	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Catur Fatchu Ukhriyawati dan Riani Dewi (2019)	Capital Structure, Company Growth, Company Size And Company Value	Analisis data menggunakan Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik, yaitu Uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Autokolerasi serta uji hipotesis menggunakan Uji t, Uji F, dan Koefisien	(1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan yang menggunakan pengukuran dari nilai logaritma natural total aset perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang dihitung dari pengukuran total aset yang tinggi memberikan pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan (2) Hasil penelitian menunjukkan

				<p>Determinasi (R²). Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda.</p>	<p>struktur modal yang menggunakan pengukuran DER berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan jika nilai struktur modal naik maka nilai perusahaan turun. Struktur modal yang meningkat akan berarti menandakan jumlah hutang perusahaan tersebut meningkat juga (3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan yang menggunakan pengukuran pertumbuhan total aset perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi juga akan menyebabkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut menjadi tinggi guna menambah aset perusahaan.</p>
--	--	--	--	---	---

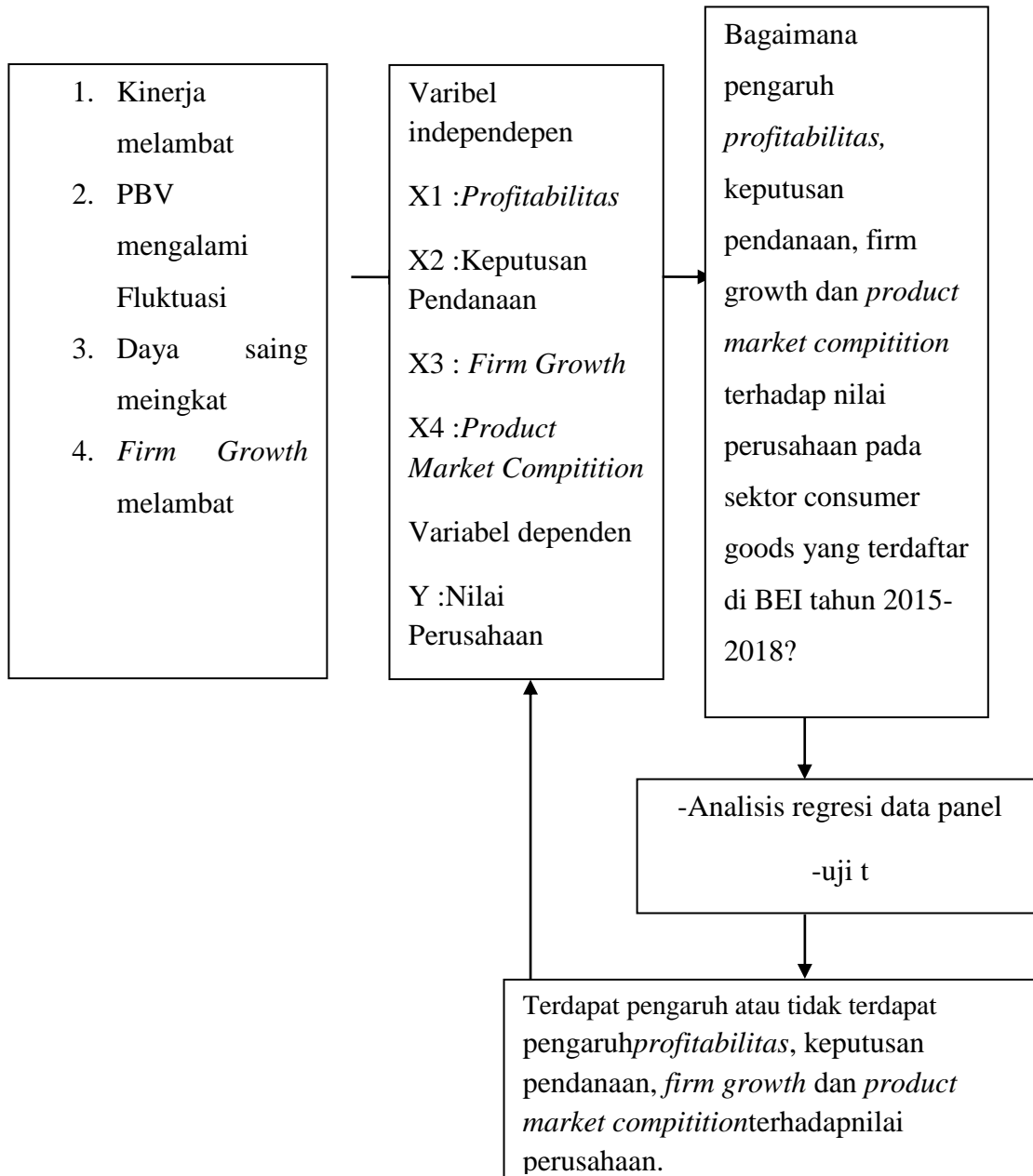
7	<p>Pengaruh Product Market Competition Terhadap Firm Value Melalui Executive Incentive Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Nonmigas Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia</p>	<p>Gherallzic Patrickara Sidupa dan Devie (2017)</p>	<p>Product market competition, executive incentive, firm value</p>	<p>Analisa Structural Equation Modeling (SEM) melalui Partial Least Square (PLS).</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah Product market competition berpengaruh positif dan signifikan terhadap firm value. Dengan adanya peningkatan product market competition, maka nilai firm value juga akan semakin tinggi. Product market competition berpengaruh negatif dan signifikan terhadap executive incentive. Dengan semakin tingginya nilai product market competition maka akan berdampak terhadap penurunan executive incentive. Executive incentive berpengaruh negatif dan signifikan terhadap firm value. Dengan semakin tingginya pemberian insentif yang diberikan maka akan berdampak terhadap penurunan firm value dimana dikarenakan adanya conflict of interest.</p>
8	<p>CEO power, product market competition</p>	<p>Shahbaz Sheikh (2018)</p>	<p>CEO power, firm value, market</p>	<p>kuadrat biasa (OLS) dan industri tetap</p>	<p>CEO berhubungan positif dengan nilai perusahaan. Namun itu tidak</p>

	and firm value		competition	efek regresi untuk memperkirakan persamaan	<p>membedakan antara perusahaan yang beroperasi dalam penyelesaian tinggi dan perusahaan-perusahaan yang beroperasi di rendah kompetisi. Di pasar persaingan yang tinggi dan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan di pasar persaingan rendah. saya juga menemukan bahwa kekuatan CEO berhubungan positif dengan nilai perusahaan di pasar persaingan yang tinggi ketika tata kelola perusahaan yang kuat yang menunjukkan bahwa persaingan dan tata kelola perusahaan yang pelengkap. Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa persaingan pasar produk memotivasi kuat CEO untuk menggunakan kekuatan mereka untuk membuat keputusan nilai meningkat.</p>
--	----------------	--	-------------	---	---

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini meliputi,

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



2.6 Hipotesis Umum

Berdasarkan perumusan masalah dan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis umum dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Diduga *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H₂ : Diduga keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H₃ : Diduga *firm growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H₄ : Diduga *product market competition* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan