

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Signal (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2008) isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan, *Signalling theory* menekankan kepada pentingnya informasi lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran tentang keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan mengenai pasaran efeknya.

Menurut Devi *et. al.* (2016) Informasi-informasi berupa informasi *financial* dan informasi *nonfinancial* yang terdapat pada laporan tahunan dapat dijadikan sebagai *signal* kepada pihak di luar perusahaan. Pelaku pasar modal akan melakukan analisis terhadap informasi yang diumumkan oleh perusahaan sebagai *signal* baik (*good news*) atau *signal* buruk (*bad news*). Perusahaan yang mengharapkan agar saham perusahaan diminati dan dibeli oleh investor dapat menggunakan strategi pengungkapan pada laporan tahunan secara terbuka dan transparan untuk menarik minat investasi para investor. Investor sangat memerlukan informasi-informasi privat tersebut sebagai dasar untuk memutuskan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Manajemen akan berupaya untuk memberikan informasi privat apabila informasi tersebut sangat diminati oleh para investor karena volume perdagangan saham akan dapat meningkat jika informasi yang diumumkan tersebut adalah berupa *good news* bagi investor

2.2. Nilai Perusahaan

Menurut Gultom et. al. (2013) nilai perusahaan (*Company Value*) merupakan sebuah nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar "Tingkat Kepentingan" sebuah perusahaan dilihat dari sudut pandang beberapa pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya. Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham dan itu juga yang diinginkan pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.

Menurut Nurlela dan Ishlahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompoten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Terdapat beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya *Tobin's Q*. Semakin besar nilai *Tobin's Q* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004). Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik karena dalam *Tobin's Q* semua unsur hutang dan modal saham perusahaan dihitung, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan (Sukamulja, 2004).

Memasukkan seluruh *asset* perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk

kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004). Semakin besar nilai *Tobin's Q* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004). Ada beberapa pendekatan yang bisa dilakukan untuk menilai perusahaan yaitu sebagai berikut.

1. Pendekatan laba antara lain dengan menggunakan metode rasio tingkat laba atau *Price Earning Ratio* (PER).
2. Pendekatan arus kas yaitu dengan menggunakan metode diskonto arus kas.
3. Pendekatan dividen antara lain dengan menggunakan metode pertumbuhan dividen.
4. Pendekatan aktiva antara lain dengan menggunakan metode penilaian aktiva.
5. Pendekatan harga saham.
6. Pendekatan *Economic Value Added* (EVA)

Penelitian ini meneliti nilai perusahaan dengan pendekatan harga saham dengan menggunakan rasio *Tobin's Q* karena perhitungan dengan menggunakan rasio *Tobin's Q* lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar perhitungan. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*).

2.3. ERM Disclosure

Menurut ISO 31000 (2015) *ERM* adalah suatu upaya atau kegiatan yang terkonsolidasi untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan terhadap berbagai kemungkinan resiko yang ada. Dengan kata lain, *ERM* merupakan seperangkat arsitektur yang terdiri atas prinsip, kerangka kerja, dan proses untuk mengolah suatu resiko secara efektif.

Menurut COSO (2004) *ERM* adalah sebuah proses yang melibatkan dewan direksi, manajemen dan anggota perusahaan, yang diimplementasikan dalam pengaturan strategi di seluruh bagian perusahaan. *ERM* dirancang untuk mengidentifikasi kejadian potensial yang dapat mempengaruhi perusahaan, dan mengelola risiko agar berada pada tingkat risiko yang dapat dikontrol oleh perusahaan, untuk memberikan keyakinan terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Adapun kategori yang diterbitkan COSO :

1. Lingkungan internal (*internal environment*)
2. Penentuan sasaran (*objective setting*)
3. Identifikasi peristiwa (*event identification*)
4. Penilaian risiko (*risk assessment*)
5. Tanggapan risiko (*risk response*)
6. Aktivitas pengendalian (*control activities*)
7. Informasi dan komunikasi (*information and communication*)
8. Pemantauan (*monitoring*)

Pengungkapan merupakan penyampaian informasi yang bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Pengungkapan memiliki tiga konsep, yaitu pengungkapan yang cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*) (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan yang cukup berarti mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan. Pengungkapan secara wajar menunjukkan tujuan etis agar saat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan, sedangkan pengungkapan yang lengkap mensyaratkan perlunya menyajikan semua informasi yang relevan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Ada dua pengungkapan dalam pelaporan keuangan tahunan yang telah ditetapkan oleh Bapepam No. Kep. 38/ PM/ 1996 kemudian direvisi dalam Bapepam Nomor Kep- 134/ BL/ 2006, dan berdasarkan ketentuan dari Ikatan Akuntansi Indonesia tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik yaitu sebagai berikut.

1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara.
2. *Voluntary disclosure* yaitu pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Perusahaan akan melakukan pengungkapan melebihi kewajiban pengungkapan minimal jika tidak ingin ketinggalan praktik-praktik pengungkapan kompetitif yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, dan merasa pengungkapan semacam itu akan dapat membantu menurunkan biaya modal. Perusahaan-perusahaan akan mengungkapkan lebih sedikit apabila merasa pengungkapan tersebut akan menampakkan rahasia kepada pesaing atau menampakkan sisi buruk perusahaan di depan berbagai pihak.

2.4. IC Disclosure

Menurut Bontis (1998) dalam Devi *et. al.* (2016) *IC disclosure* merupakan tingkat pengungkapan atas modal intelektual yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang telah diidentifikasi sebagai seperangkat aset tak berwujud yang mendorong penciptaan nilai karena kemampuannya dalam mendorong kinerja organisasi. IC terdiri dari tiga elemen utama yaitu :

1. *Human capital* (modal manusia) merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual. *Human capital* merupakan sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

2. *Structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi) *Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka IC tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.
3. *Relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan) Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, yaitu yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Perusahaan-perusahaan melakukan pengungkapan *intellectual capital* karena berbagai alasan. Menurut (Widjarnako: 2006) lima alasan perusahaan-perusahaan melaporkan *Intellectual Capital* adalah :

1. Pelaporan *Intellectual Capital* dapat membantu organisasi merumuskan strategi bisnis. Dengan mengidentifikasi dan mengembangkan *Intellectual Capital* suatu organisasi untuk mendapatkan *competitive advantage*.
2. Pelaporan *Intellectual Capital* dapat membawa pada pengembangan indikator-indikator kunci prestasi perusahaan yang akan membantu mengevaluasi hasil-hasil pencapaian strategi.

3. Pelaporan *Intellectual capital* dapat membantu mengevaluasi merger dan akuisisi perusahaan, khususnya untuk menentukan harga yang dibayar oleh perusahaan pengakuisisi.
4. Menggunakan pelaporan *Intellectual Capital nonfinancial* dapat dihubungkan dengan rencana intensif dan kompensasi perusahaan. Alasan pertama sampai dengan keempat, merupakan alasan internal dari perusahaan dalam melaporkan *Intellectual Capital*.
5. Alasan ini merupakan alasan eksternal perusahaan yaitu mengkomunikasikan pada *stakeholder* eksternal tentang *Intellectual Property* yang dimiliki perusahaan. Sedangkan Daniel Andiersen (dalam Widjarnako 2006) mengajukan daftar yang lebih pendek mengenai alasan-alasan perusahaan melaporkan *Intellectual Capital* yaitu untuk meningkatkan manajemen perusahaan, untuk meningkatkan pelaporan eksternal dan untuk memenuhi faktor-faktor perundang-undangan dan transaksi.

Berikut Selengkapnya mengenai komponen *Intellectual Capital Disclosure* dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Komponen *Intellectual Capital Disclosure*

Internal Capital	External Capital	Employee Competence
Intellectual property	1.Brands	1.Know-how
1.Patens	2.Customers	2.Education
2.Copyrights	3.Customers loyalty	3.Vocational qualification
3.Trademarks	4.Company names	4.Work-related knowledge
Infrastructur asset	5.Distribution channels	5.Work-related competence
1.Management philosophy	6. Business collaboration	6.Enterpreneurial spirit
2. Corporate culture	7.Favourable contracts	
3. Management process	8.Financial contracts	
4. Information system	9.Licensing agreements	
5. Networking system	10.Franchising agreements	
6.Research& development activities		
7.Patens, copyrights & trademarks		
8.Corporate know-how		

Sumber: Rafinda, *et. al.* (2011)

2.5. *Debt to Asset Ratio*

Rasio ini menekankan pada peran penting pendanaan hutang bagi perusahaan dengan menunjukkan presentase aktiva perusahaan yang didukung oleh pendanaan hutang. Rasio ini juga menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi kondisi pengurangan aktiva akibat kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Menurut Darsono (2005) nilai rasio yang tinggi menunjukkan peningkatan dari resiko pada kreditor. Manajemen perusahaan harus dapat mengatur hutang dalam perusahaan yang tujuannya agar menguntungkan dan menghindari kerugian akibat timbulnya hutang. Menurut Harahap (2010) Rasio ini menunjukkan sejauh mana utang dapat ditutupi oleh aktiva lebih besar rasionya lebih aman (*solvable*). Bisa juga dibaca beberapa porsi utang dibandingkan aktiva. Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *debt to assets ratio* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Menurut Julita (2011) Rasio ini merupakan perbandingan antara utang lancar dan utang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan beberapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai oleh utang. Jika perusahaan memperoleh pengembalian yang lebih besar atas aktiva yang dibiayai dengan dana pinjaman dibandingkan depembayaran bunga, maka pengembalian atas modal pemilik akan lebih besar yang pada akhirnya akan meningkatkan dan memaksimalkan kemakmuran pemilik serta sekaligus meingkatkan nilai perusahaan (Barasa, 2009)

Ada dua macam penghitungan rasio *leverage* menurut yaitu *leverage* keuangan berdasar nilai buku diukur dengan rasio nilai buku seluruh hutang ($debt = D$) terhadap total aktiva (TA) sementara *leverage* keuangan berdasarkan nilai pasar diukur dengan rasio nilai buku seluruh hutang terhadap total nilai pasar perusahaan ($total\ value = V$). Total rasio hutang terhadap total aset diatas 0,5 biasanya dianggap aman untuk perusahaan pada industri yang stabil.

Menurut Darsono (2005) rasio hutang terhadap total aset menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh pendanaan utang. Rasio ini juga menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mangadaptasi kondisi pengurangan aktiva akibat kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan peningkatan dari risiko pada kreditor.

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

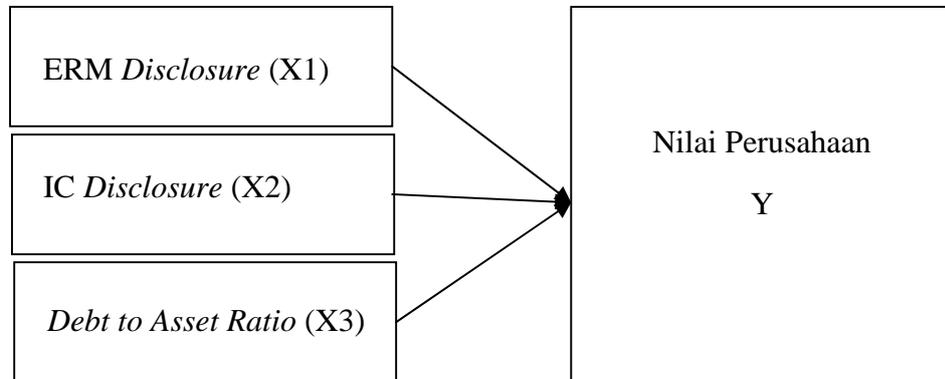
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sunitha Devil, Dewa Nyoman Badera, I Gusti Ayu Nyoman Budiasih, (2016)	PENGARUH ENTERPRISE RISK MANAGEMENT DISCLOSURE DAN INTELLECTUAL CAPITAL DISCLOSURE PADA NILAI PERUSAHAAN	(a) ERM disclosure berpengaruh positif pada nilai perusahaan, dan (b) IC disclosure berpengaruh positif pada nilai perusahaan. ERM disclosure dan IC disclosure merupakan sinyal positif karena melalui informasi ERM dan IC investor akan dapat menilai prospek perusahaan.
2	Chyntia Kartika Sanjaya dan Nanik Linawati (2015)	Pengaruh Penerapan Enterprise Risk Management dan Variabel Kontrol Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Keuangan	1. Terdapat pengaruh signifikan ERM dan variabel kontrol yang terdiri dari ukuran perusahaan serta leverage secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan di sektor keuangan diterima. 2. Tidak terdapat pengaruh signifikan ERM terhadap nilai perusahaan di sektor keuangan. Sedangkan, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor keuangan.

3	La Ode Muhammad Ardiansyah, Muhammad Akhyar Adnan (2014)	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT	<p>1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan ERM.</p> <p>2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap luas pengungkapan ERM.</p> <p>3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa struktur kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan ERM.</p> <p>4. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa frekuensi rapat</p>
4	Inggi Rovita Dewi, Siti Ragil Handayani, Nila Firdausi Nuzula (2014)	PENGARUH STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2012)	<p>1. DER secara simultan memiliki pengaruh terhadap rasio Tobin's Q pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2009-2012</p> <p>2. Variabel DAR merupakan variabel satu-satunya dari variabel bebas dalam penelitian ini yang secara parsial memiliki pengaruh terhadap Tobin's Q pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2009-2012</p>

5	Meiriska Febrianti (2012)	FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA	Terdapat tiga variabel variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, Debt to Equity Ratio
6	JESSIKA OKTAVIA S. JACUB (2012)	PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN PENGUNGKAPANNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BEI)	(1) intellectual capital berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan intellectual capital merupakan sumber kekuatan perusahaan untuk bersaing dalam mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, (2) pengungkapan intellectual capital berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan pengungkapan intellectual capital menjadi pendorong utama bagi penciptaan nilai perusahaan

2.7. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.8. Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh ERM Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen berupaya memberikan informasi privat yang sangat diminati oleh pihak eksternal perusahaan. Informasi yang sangat diperlukan oleh investor adalah informasi tentang profil risiko perusahaan dan pengelolaan atas risiko (ERM) tersebut. ERM dalam suatu perusahaan memiliki peran penting untuk menjaga stabilitas perusahaan. ERM yang tinggi menggambarkan adanya tata kelola risiko perusahaan yang baik, termasuk juga memastikan pengendalian internal perusahaan masih tetap terjaga. ERM disclosure yang berkualitas tinggi pada suatu perusahaan memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku pasar (Baxter *et al.*, 2012). Persepsi positif yang dimiliki oleh investor atas perusahaan akan mendorong investor untuk memberikan harga yang tinggi pada perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi. Menurut Brigham dan Houston (2008) isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Jadi penggunaan ERM yang baik akan memberi *signal* bagi investor sebagai *good news* yang akan menaikkan nilai perusahaan. Devi *et. al.*

(2016) telah membuktikan secara empiris bahwa *ERM disclosure* berpengaruh pada nilai perusahaan. Hipotesis berdasarkan pada pemaparan tersebut adalah sebagai berikut:

H1. *ERM disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan.*

2.8.2 Pengaruh IC Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan informasi *nonfinancial* lainnya yang juga penting adalah pengungkapan kepemilikan serta pemanfaatan sumber daya intelektual (IC). IC adalah sekelompok aset pengetahuan yang dapat membantu meningkatkan posisi persaingan. Informasi IC yang dipublikasikan merupakan *signal* bagi investor yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. IC *disclosure* yang mengandung nilai positif akan mendorong perubahan dalam volume perdagangan saham karena investor cenderung akan membayar lebih tinggi saham perusahaan yang memiliki IC yang lebih (Chen *et al.*, 2005), sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan memiliki motivasi untuk mengungkapkan IC secara sukarela agar dapat diinterpretasikan sebagai sinyal positif tentang kinerja perusahaan. Manajemen akan berupaya untuk memberikan informasi privat apabila informasi tersebut sangat diminati oleh para investor karena volume perdagangan saham akan dapat meningkat jika informasi yang diumumkan tersebut adalah berupa *good news* bagi investor. Jadi penggunaan IC yang baik akan memberi *signal* bagi investor sebagai *good news* yang akan menaikkan nilai perusahaan. Abdolmohammadi (2005), dan Widarjo (2011) juga telah membuktikan secara empiris bahwa pengungkapan modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis berdasarkan pada pemaparan tersebut adalah:

H2. *IC disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan.*

2.8.3 Pengaruh *Debt to Asset Ratio* terhadap Nilai Perusahaa

Dari sudut pandang manajemen keuangan, rasio *leverage* keuangan merupakan salah satu rasio yang banyak dipakai untuk meningkatkan (*leveraged*) perusahaan. Rasio leverage membawa implikasi penting dalam pengukuran risiko finansial perusahaan. Menurut Dewi *et. al.* (2014) Ketika *DAR* mengalami kenaikan maka perusahaan akan memiliki resiko terhadap hutang semakin tinggi sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan karena perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi akan memiliki saham yang beresiko tinggi. Menurut Barasa (2009) *DAR* merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana *fixed income securities* (utang dan saham preferen) digunakan dalam Dalam membiayai aktiva yang dimiliki. Tujuan dari penggunaan utang (*leverage*) adalah untuk meningkatkan *return* bagi pemegang saham. Penggunaan *leverage* yang semakin besar membawa dampak positif jika pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban keuangan yang harus dibayar. Menurut Brigham dan Houston (2008) isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Jadi *DAR* yang rendah akan memberi *signal* bagi investor sebagai *good news* yang akan menaikkan nilai perusahaan. Dewi *et. al.* (2014) Telah membuktikan bahwa *DAR* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. Hipotesis berdasarkan pada pemaparan tersebut adalah sebagai berikut:

H3. *Debt to Asset Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.