

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Signalling Theory* (Teori Sinyal)

Menurut Brigham & Houston (2010), syarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik.

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah laporan keuangan perusahaan. Asumsi dari teori sinyal ini mampu memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambil. Ketika rasio likuiditas, rasio profitabilitas dan ukuran perusahaannya menunjukkan nilai yang berubah, hal tersebut memberikan informasi kepada investor dalam memberikan penilaian terhadap perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan sangatlah penting bagi pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan

membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi pasar juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang (Rudangga & Sudiarta, 2016). Kinerja perusahaan merupakan salah satu unsur yang penting dari berbagai aspek untuk mengukur nilai perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2006), nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price To Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Menurut Fakhruddin & Hadiano (2001), PBV dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham. PBV yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut.

Menurut Brigham & Houston (2006) secara sistematis *Price to Book Value* (PBV) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{harga pasar persaham}}{\text{nilai buku persaham}}$$

3. Likuiditas

Fred Weston dalam Kasmir (2019) menyebutkan bahwa rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek.

Dengan kata lain, rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas

badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kegunaan rasio ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih. Terdapat dua hasil penilaian terhadap pengukuran rasio likuiditas, yaitu apabila perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, dikatakan perusahaan tersebut dalam keadaan likuid. Sebaliknya, apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut, dikatakan perusahaan dalam keadaan illikuid.

Adapun jenis-jenis rasio likuiditas adalah sebagai berikut:

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo.

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Merupakan rasio uji cepat yang menunjukkan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan.

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Merupakan alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Hal ini dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro dan tabungan.

d. Rasio Perputaran Kas (*Cash Turn Over*)

Bermanfaat untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan.

e. *Inventory to Net Working Capital*

Merupakan rasio yang mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

Rasio likuiditas dalam penelitian ini dihitung dengan Rasio Lancar (*Current Ratio*) dengan rumus menurut Kasmir (2019), sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Assets)}}{\text{Utang Lancar (Current Liabilities)}}$$

4. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Tujuan rasio profitabilitas secara umum adalah untuk:

- a) Mengukur atau menghitung laba yang dihasilkan
- b) Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- c) Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- d) Mengukur produktivitas perusahaan dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan *Return on Equity (ROE)*:

$$\text{ROE} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total equity}}$$

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity (ROE)* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan terbagi dalam kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari besarnya nilai dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah dan besaran pajak terbayar. Skala pengukuran variabel ukuran perusahaan adalah Logaritma Natural dari total aset perusahaan (Aldi et al., 2020).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala pengukuran perusahaan yang dapat dilihat melalui total aktiva dan total penjualan suatu perusahaan pada setiap akhir periode tahunan, dimana semakin tinggi nilai aktiva atau penjualan suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi di mata investor (Sinaga et al., 2021).

Menurut Aldi et al (2020) Ukuran perusahaan dapat diukur dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \text{Ln (Total Aset)}$$

B. Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti ditunjukkan pada Tabel 2.1.

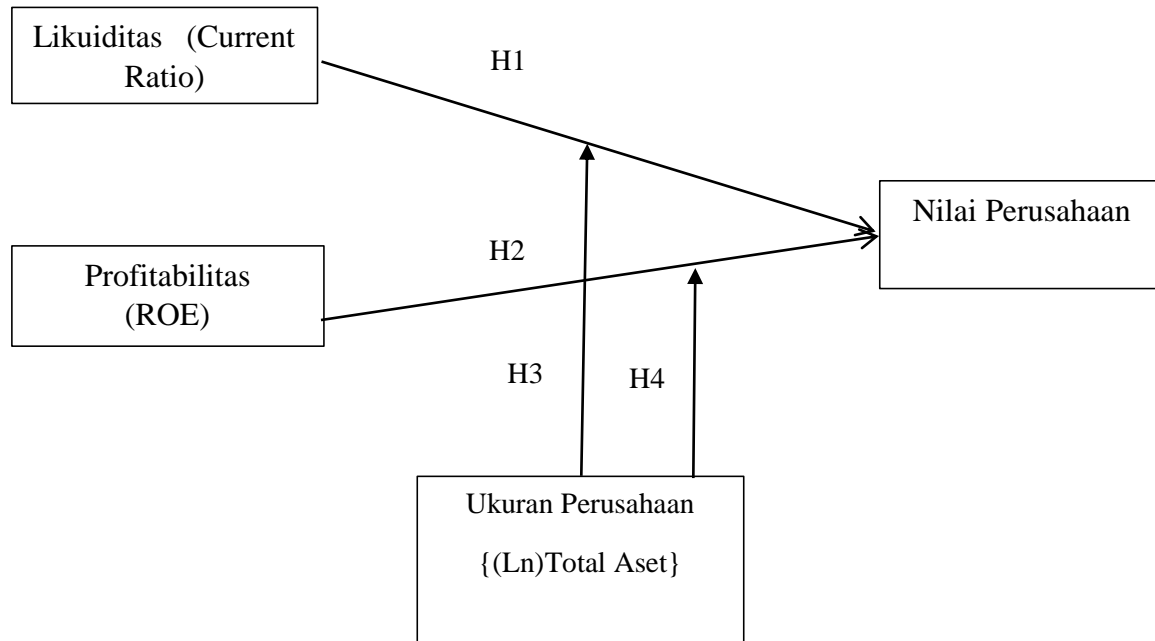
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hasil Penelitian
Aji & Atun (2019)	<ol style="list-style-type: none">Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.Likuiditas diperkuat oleh ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.Ukuran perusahaan tidak memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
Apriliyanti et al (2019)	<ol style="list-style-type: none">Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.
Pohan et al (2018)	<ol style="list-style-type: none">Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
Rahayu (2018)	<ol style="list-style-type: none">Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Astari et al (2019)	<ol style="list-style-type: none">Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.Ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
Nur (2019)	<ol style="list-style-type: none">Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Ukuran Perusahaan signifikan memperkuat pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.
Indriyani (2017)	<ol style="list-style-type: none">Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Peneliti	Hasil Penelitian
	b. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Apriyani (2021)	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. b. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. c. Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. d. Ukuran perusahaan tidak memperkuat likuiditas terhadap nilai perusahaan.
Rahayu & Darim (2020)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Mery et al (2017)	a. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Nuryani et al (2021)	a. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Sinaga et al (2021)	a. Likuiditas tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan.
Suwardika & Mustanda (2017)	a. Profitabilitas berpengaruh signifikan kearah positif.
Kalbuana & Nawang (2020)	<ul style="list-style-type: none"> a. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan. b. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan.
Putro (2020)	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas berpengaruh positif. b. Likuiditas berpengaruh negatif. c. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

C. Perumusan Hipotesis

1. Kerangka berpikir



2. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung tinggi. Semakin likuid perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur maupun pada calon investor (Ambarwati, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Aji & Atun (2019), Kalbuana & Nawang (2020), Mery et al. (2017), dan Nur (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan direspon positif oleh pasar. Hal ini sesuai dengan konsep *signaling theory*. Tingkat likuiditas yang tinggi, maka pasar akan menaruh kepercayaan terhadap

perusahaan, bahwa perusahaan tersebut dapat menjaga tingkat likuiditasnya, yang artinya perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020.

3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka semakin tinggi pula tingkat profitabilitasnya. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik di mata investor (Nur, 2019). Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan tersebut juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan Apriyani (2021), Astari et al. (2019), Indriyani (2017), dan Pohan et al (2018) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pemaparan di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016 – 2020.

4. Ukuran perusahaan memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar total aktivasnya. Perusahaan yang likuid berarti perusahaan mampu untuk membayar kewajibannya pada saat jatuh tempo. Ketika perusahaan mampu membayar kewajibannya saat jatuh tempo artinya perusahaan tersebut memiliki nilai aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya. Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Aji & Atun (2019) dan Nur (2019) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan signifikan memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian pemaparan di atas dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016 – 2020.

5. Ukuran perusahaan memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar menjadi daya tarik bagi para investor untuk memutuskan membeli saham perusahaan tersebut. Perusahaan besar biasanya mempunyai kinerja keuangan baik. Profitabilitas merupakan

cerminan kinerja keuangan pada suatu perusahaan. Perusahaan besar biasanya mempunyai profit lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Dengan demikian jika dilihat dari profitabilitasnya, investor akan memilih berinvestasi pada perusahaan besar dibanding perusahaan kecil. Perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar tergolong mampu membuat tingkat pencapaian profitabilitas perusahaan itu naik sehingga berharap akan dapat respon positif dari pelaku pasar seperti investor dan kreditur, di mana yang nantinya akan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Pohan et al., 2018).

Penelitian yang dilakukan Apriyani (2021), Nur (2019), dan Pohan et al. (2018) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pemaparan diatas dan hasil penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016 – 2020.