

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aset atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Umumnya tiap perusahaan memiliki *lazy Assets* yang nonproduktif dan sering kali membebani perusahaan. Tingkat profitabilitas dijabarkan secara umum adalah besarnya keuntungan ril perusahaan berdasarkan operasional, bukan hanya *market to market accounting* namun lebih kepada keputusan strategis dan kondisi pasar ketimbang kegiatan operasional yang baik. Menurut Marlinah (2018) dalam Harahap (2009:304), profitabilitas adalah rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.

Menurut G. Sugiyarso dan F. Winarni (2005) dalam Yudhatama (2016) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri. Menurut Harahap (2008)

profitabilitas yang digunakan sebagai kriteria penilaian hasil operasi perusahaan mempunyai manfaat yang sangat penting dan dapat dipakai sebagai berikut :

1. Analisis kemampuan menghasilkan laba ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu.
2. Profitabilitas dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sesuatu perusahaan dalam hal kapabilitas dan motivasi dari manajemen.
3. Profitabilitas merupakan suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan.
4. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen, profitabilitas dapat dimanfaatkan oleh pihak intern untuk menyusun target, anggaran, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan.

Salah satu rasio profitabilitas yang dapat dijadikan acuan oleh investor dalam menganalisis sebuah perusahaan adalah ROA. ROA sendiri adalah hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Asset*(ROA) merupakan rasio dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar nilai ROA, menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar dari seluruh aktiva. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang.

ROA dipakai untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai (*reasobable return*) dari aset yang dikuasainya, oleh karena itu ROA dipakai oleh manajemen puncak untuk mengevaluasi unit-unit bisnis di dalam suatu perusahaan multinasional (Subramanyam, 2014:34).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut Ika dan Shidiq (2013) dalam Martikarini (2012) nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Perusahaan akan memaksimalkan nilai perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham yang merupakan tujuan utama bagi perusahaan-perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara pengukuran dengan menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai

bukunya. Metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (diatas) atau *undervalued* (dibawah) nilai buku saham tersebut (Fakhruddin dan Hadiano, 2001). Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu perusahaan. Salah satu dari nilai perusahaan adalah PBV.

2.1.4 Price Earning Ratio (PER)

Menurut Sugiyanto (2008:26), PER adalah: Rasio yang diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba perusahaan. Maka semakin tinggi rasio akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik, sebaliknya jika PER terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah tinggi atau tidak rasional. Menurut Bringham dan Hoiston (2010:150), PER adalah harga saham terhadap laba per saham menunjukkan jumlah yang rela dibayarkan oleh investor untuk setiap dolar laba yang dilaporkan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi yang dikemukakan *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio pasar yang berhubungan dengan laba per saham. PER yang tinggi menunjukkan prospek yang baik pada harga saham, namun semakin tinggi pula resikonya. PER yang rendah dapat berarti laba perusahaan yang tinggi dan. Ratio yang tinggi biasanya dikaitkan dengan perusahaan yang diramalkan memiliki pertumbuhan pesat di masa yang akan datang.

2.1.5 Indeks LQ-45

Indeks ini terdiri dari 45 saham dengan likuiditas yang tinggi, yang diseleksi melalui beberapa kriteria pemilihan. Seleksi atas saham-saham tersebut mempertimbangkan kapitalisasi pasar (www.idx.co.id).

Kriteria pemilihan saham untuk indeks LQ-45 sebagai berikut:

1. Merupakan perusahaan-perusahaan pada sektor *consumer goods*.
2. Telah tercatat di Bursa Efek Indonesia.
3. Memiliki laporan keuangan yang lengkap setiap tahunnya.

2.1.6 Consumer Goods

Produk jenis ini dikelompokkan berdasarkan kebiasaan belanja yang dilakukan konsumen. Produk jenis ini dibedakan menjadi empat macam:

1. *Convenience goods* adalah barang sehari-hari yang sering konsumen beli dengan segera dan dengan usaha yang minimum, misalnya: makanan, minuman, dan sabun.
2. *Shopping goods* adalah barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya, misalnya: perabotan dan pakaian.
3. *Speciality goods* adalah barang yang mempunyai karakteristik atau identifikasi merek yang unik di mana konsumen rela berusaha melakukan usaha untuk membeli barang jenis ini, misalnya: mobil.
4. *Unsought goods* adalah barang yang barang yang tidak dikenal konsumen atau yang tidak terpikirkan oleh konsumen untuk dibeli, misalnya: detektor asap.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang sudah menganalisis mengenai nilai perusahaan terlebih dahulu. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Bayu Irfandi Wijaya dan I.B Panji Sedana (2015) dengan judul *Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen dan price to earning ratio sebagai variabel mediasi*. Penelitian ini menguji beberapa teori mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen dan *price to earning ratio* sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor *property, real estate* dan *building construction* di BEI. Penelitian ini menemukan hasil bahwa kebijakan dividen memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan *price to earning ratio* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Hanifah (2013) dengan judul *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Penelitian ini menguji beberapa teori mengenai pengaruh struktur modal, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menemukan hasil bahwa struktur modal, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ayuningtyas (2013) dengan judul *Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan: kebijakan dividen*. Penelitian ini menguji beberapa teori mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kebijakan dividen dan *price to earning ratio* pada nilai perusahaan. Penelitian ini menemukan hasil bahwa

profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diperkuat pengaruhnya dengan kebijakan dividen dan *price to earning ratio* terhadap nilai perusahaan yang ada di Indonesia.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Mardiyati (2012) dengan judul *Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2010*. Penelitian ini menguji beberapa teori mengenai pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur. Penelitian ini menemukan hasil bahwa kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010

2.3 Kerangka pemikiran

Dalam penelitian ini dapat digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) dengan dimediasi oleh (M1). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y), sementara variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X1), sedangkan variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *price to earning ratio* (M1). Berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

