

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan yaitu *Signalling Theory*. Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spance pada tahun 1973. Teori sinyal berarti memberi sinyal, pengirim memberikan informasi yang relevan yang dapat digunakan oleh penerima, dalam hal ini pengirim adalah perusahaan sedangkan penerima adalah pengguna laporan keuangan.

Teori sinyal merupakan pandangan pemegang saham tentang peluang untuk meningkatkan nilai masa depan perusahaan dengan menggunakan informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada pemegang saham Brigham & Houston dalam (Suhartono, 2022). Sinyal ini berupa informasi kepada para investor mengenai kinerja manajemen untuk merealisasikan keinginan para pemangku kepentingan.

Pada dasarnya prinsip teori sinyal yaitu seluruh kebijakan atau tindakan terdapat informasi (Atmaja, 2007). Seluruh informasi yang diberikan perusahaan sejatinya adalah menyampaikan sinyal yang positif ataupun negatif pada penggunaannya. Pihak manajemen perusahaan yang mempunyai informasi positif cenderung untuk menyampaikan kepada publik seperti calon investor untuk menghasilkan nilai perusahaan yang lebih tinggi melalui laporan tahunan (Suhartono dkk., 2022).

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Tenriwaru, 2020). Menurut Husnan (2013) dalam penelitian Asti Vannia (2022) mengatakan bahwa nilai suatu nilai perusahaan adalah harga yang harus dibayarkan ketika perusahaan tersebut akan dijual.

Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba atau nilai perusahaan. Hal ini penting karena tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan finansial para investor, yang sejalan dengan tujuan akhir perusahaan.

Nilai perusahaan mengacu pada persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham mencerminkan kondisi perusahaan secara keseluruhan dan nilainya, yang diwujudkan melalui harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan menanamkan kepercayaan pada pasar karena menandakan kinerja perusahaan saat ini kuat dan prospek masa depan yang menjanjikan. Nilai perusahaan sering diproksikan dengan *Price Book Value*.

Price Book Value (PBV) menunjukkan berapa harga yang ditunjukkan oleh pasar saat menghargai nilai buku dari saham suatu perusahaan dengan melakukan perbandingan antara harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya (Febryanti dkk, 2023). Penting bagi investor untuk

mempertimbangkan nilai perusahaan ketika mengambil keputusan investasi di pasar saham. Dengan menggunakan *Price Book Value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *overvalued* atau *undervalued*.

Price Book Value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *Price Book Value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price Book Value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. pengukuran *Price Book Value* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai Buku Saham dapat dihitung :

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Maka dari itu, alasan penulis menggunakan *Price Book Value* karena *Price Book Value* menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi nilai dari *Price Book Value* maka nilai perusahaan tersebut semakin baik dimata investor.

3. Pertumbuhan Laba

Dalam konsep dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, *income* (penghasilan) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva berasal dari kontribusi modal laba yang diperoleh perusahaan dari tahun ketahun tidak dapat dipastikan, bisa naik bisa untuk tahun ini dan bisa turun untuk tahun berikutnya begitupun sebaliknya. Kenaikan dan penurunan laba pertahun inilah yang disebut dengan pertumbuhan laba (Likha & Fitria, 2019).

Pertumbuhan laba adalah salah satu tolak ukur yang digunakan untuk mengukur penilaian kinerja suatu perusahaan. Pertumbuhan laba merupakan suatu rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan semakin tinggi laba yang dapat diperoleh oleh perusahaan membuktikan semakin baik kinerja perusahaan dan kondisi perusahaan semakin baik, sehingga investor tertarik dengan menanamkan modalnya dan itu akan menambah keuntungan bagi perusahaan, hal ini akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan (Veronica & Budiyanto, 2021).

Menghasilkan laba yang optimum yaitu tujuan dari suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Adanya pertumbuhan laba dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa pihak-pihak manajemen telah berhasil dalam mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan

secara efektif dan efisien (Likha & Fitria, 2019). Maka pertumbuhan laba dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu :

$$\text{Pertumbuhan laba} = \frac{\text{Net Profit } t - \text{Net Profit } t-1}{\text{Net Profit } t-1}$$

4. Return On Equity

Rasio Profitabilitas yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan pendapatan/laba bersih setelah pajak dari investasi para investor disebut dengan *Return On Equity* yang biasanya disingkat dengan ROE (Agung, 2022). ROE merupakan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan didalam perusahaan (Andika, 2023). Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya ROE ini maka harga saham perusahaan meningkat sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Investor akan tertarik dengan nilai *Return On Equity* (ROE) yang tinggi, karena *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang langsung menghitung pengembalian terhadap ekuitas yang ditanamkan oleh investor. *Return On Equity* (ROE) yang meningkat tentu meningkatkan permintaan terhadap saham dari perusahaan terkait, sehingga nilai dari perusahaan pun ikut terdongkrak (Petty Aprilia Sari & Ak, 2021).

Return On Equity atau ROE artinya pengukuran penting untuk para calon investor karena mengetahui seberapa efisien sebuah perusahaan akan menggunakan dana yang mereka investasikan untuk menghasilkan laba bersih (Agung, 2022). Suatu perusahaan yang menghasilkan laba yang

tinggi, semakin tinggi pula *return* yang akan diperoleh investor dan jika laba yang dihasilkan perusahaan rendah maka semakin rendah pula *return* yang akan diperoleh investor. *Return On Equity* adalah mengukur *earnings* (laba) perusahaan relatif terhadap modal/ekuitas yang diinvestasikan. Gambaran secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

5. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin adalah salah satu bagian dari rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur banyaknya keuntungan operasional yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya sekaligus menunjukkan efisiensi biaya yang dikeluarkan perusahaan (Vivit Dewiana, 2023).

Net Profit Margin (NPM) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan. Makin besar angka ini maka perusahaan makin *profitable*, dan sebaliknya makin kecil angka rasio ini, maka perusahaan bisa dikatakan makin tidak *profitable*. *Net Profit Margin* (NPM) sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi pendapatan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha (Nengsih R, 2020).

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dilakukan dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dan dibandingkan dengan penjualan. Semakin

tinggi *Net Profit Margin*, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. Suatu *Net Profit Margin* yang dikatakan baik sangat tergantung dari jenis industri di dalam mana perusahaan berusaha.

Gambaran pengukuran *net profit margin* adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya pada penelitian ini berguna sebagai acuan atau rujukan. Dalam penelitian terdahulu ini diharapkan peneliti dapat melihat perbedaan antara peneliti yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Serta menunjukkan orisinalitas pada penelitian ini. Penelitian tentang Pengaruh Pertumbuhan Laba, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan yang telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa penelitian diantaranya adalah :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul penelitian	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Theresia Veronica dan Budiyanto (2021).	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>FOOD AND BEVERAG.</i>	Analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa secara parsial pertumbuhan laba tidak memiliki hubungan yang signifikan atau hubungan yang cukup berdampak bagi nilai perusahaan food and

				beverage yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) dan kenaikan laba yang dimiliki oleh perusahaan belum tentu akan menaikkan nilai perusahaan
2.	Sri Dewi Ayu Safitri, Mohammad Kamal Reza, Nurmalasari (2023).	Pengaruh Pertumbuhan Laba, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.	Regresi data panel	Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan hal ini ditunjukkan oleh hasil nilai signifikan pada variabel pertumbuhan laba yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,0419.
3.	Andrian Akbar Adinegor, Sri Murni, Victoria N.Untu (2023).	Pengaruh <i>Return On Assets</i> , <i>Return On Equity</i> dan <i>Net Profit Margin</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan <i>Food And Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Analisis regresi linear berganda.	Hasil perhitungan didapat return on equity (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar $-1.570559 < t$ tabel sebesar 1.99962 dengan tingkat signifikansi lebih besar dari $= 0.05$ yaitu sebesar 0.1235 artinya return on equity tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap price book value, dengan demikian H2

				ditolak. Hal ini berarti dari total modal yang ada tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
4.	Wastam Wahyu Hidayat (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Return On Equity</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia.	Analisis regresi linier berganda	Return on equity berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien 39.821 dan sig $0.000 < 0.05$, sehingga hipotesis 2 terdukung. Artinya pengembalian atas modal sendiri yang tinggi akan berdampak pada nilai perusahaan perusahaan yang tinggi atau nilai saham akan naik.
5.	Dimas Saifurrohman, Nasharuddin Mas, Alfiana (2021).	Pengaruh <i>Return On Assets</i> , <i>Return On Equity</i> dan <i>Net Profit Margin</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	Analisis regresi berganda	Yang artinya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa net profit margin (NPM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena investor juga perlu memperhatikan rasio net profit margin (NPM) sebagai pedoman yang perlu dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka. Semakin tinggi rasio net profit margin (NPM) berarti

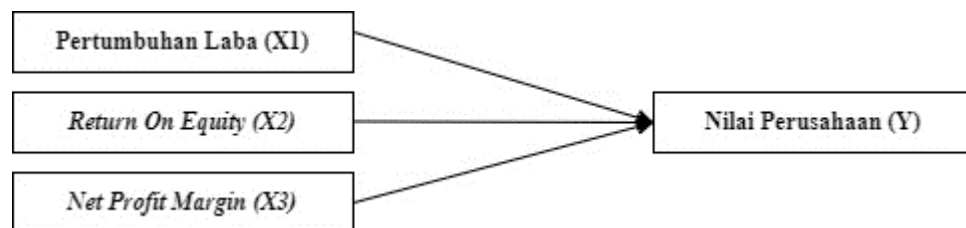
				laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga semakin besar maka akan menarik minat investor untuk melakukan transaksi dengan perusahaan yang bersangkutan.
6.	Alisa Anggrain, Denny Yudianto (2023)	Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Net Profit Margin</i> (NPM), dan <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Industri Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021	Regresi data panel	Berdasarkan hasil pengujian t, diperoleh nilai NPM (X3) sebanyak $0,0006 < 0,05$. Artinya, NPM mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan NPM dapat digunakan untuk menggambarkan dan mengukur PBV. Hal ini menunjukkan bahwa NPM dan nilai perusahaan bersifat satu arah, yang berarti peningkatan NPM akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan yang signifikan.

Sumber: Mapping Jurnal, 2023

C. Kerangka Konseptual Penelitian

Syarifah Aljuri (dalam Sugiyono, 2016) mengatakan bahwa “kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting”. Adapun pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah

Pertumbuhan Laba (X_1), *Return On Equity* (X_2), dan *Net profit Margin* (X_3). Sedangkan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan (PBV) (Y) pada perusahaan Jasa Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Untuk mempermudah penelitian, maka peneliti membuat kerangka konseptual dalam bentuk bagan yang tergambar pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 2 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Syarifah Aljuri (dalam Sugiyono, 2009) mengatakan bahwa “hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian yang merupakan jawaban yang belum terbukti. Berdasarkan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta kerangka konseptual di atas, maka penulis dapat menyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal mendukung hubungan positif pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan. Pada dasarnya prinsip teori sinyal yaitu seluruh

kebijakan atau tindakan terdapat informasi (Atmaja, 2007), yakni memberikan informasi dari entitas berupa sinyal positif ataupun negatif. Pertumbuhan laba yaitu rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu untuk meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Perusahaan dinilai beresiko apabila semakin rendah laba yang didapat oleh perusahaan, menandakan kinerja perusahaan juga mulai menurun dan keadaan kondisi perusahaan yang buruk.

Adanya pertumbuhan laba yang baik dari tahun ke tahun, menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik, sehingga hal ini akan menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang positif dan akan berdampak terhadap nilai perusahaan (Suryani, 2020). Asumsi di atas didukung oleh hasil penelitian dari beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan pertumbuhan laba yaitu menurut Theresia dan Budiyanto (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Umi Mukti dkk (2021).

Sedangkan menurut Eka Desiyanti dkk (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan pendapat menurut Sri Safitri dkk (2023) yang menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H1: Pertumbuhan laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan

Pada dasarnya prinsip teori sinyal yaitu seluruh kebijakan atau tindakan terdapat informasi (Atmaja,2007), yakni memberikan informasi dari entitas berupa sinyal positif ataupun negatif. *Return On Equity* (ROE) adalah bagian dari rasio profitabilitas dimana *Return On Equity* (ROE) adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kembalian perusahaan atau efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan (Hidayat, 2019).

Return On Equity (ROE) merupakan pengembalian modal yang ditanamkan dari seluruh modal yang ditanam oleh investor, jika perusahaan mempunyai *Return On Equity* (ROE) yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan agar perusahaan dapat berkembang, harga saham menarik bagi investor dan sebaliknya.

Asumsi di atas didukung oleh beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan *Return On Equity* yaitu menurut Ika dan Ida (2020) menyatakan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Niranda dan Dini (2021). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H2 : *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bahwa Pada dasarnya prinsip teori sinyal yaitu seluruh kebijakan atau tindakan terdapat informasi (Atmaja,2007), yakni memberikan informasi dari entitas berupa sinyal positif ataupun negatif. *Net Profit Margin* adalah untuk mengukur keberhasilan keseluruhan bisnis suatu perusahaan. *Net Profit Margin* merupakan pedoman yang harus diperhatikan dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka.

Semakin tinggi rasio *Net Profit Margin* (NPM), semakin banyak keuntungan yang dihasilkan suatu perusahaan, dan semakin banyak investor yang tertarik untuk menaruh saham dengan perusahaan tersebut. Tidak adanya pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa, investor tidak menaruh kepercayaan bahwa perusahaan tersebut akan mendatangkan keuntungan. Meskipun tingkat rasio *Net Profit Margin* (NPM) menghasilkan presentase yang tinggi maupun rendah (Saiffurohman dkk, 2021).

Asumsi di atas didukung oleh beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan *Net Profit Margin* yaitu menurut Tita Saraswati dkk (2020) menyatakan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini didukung oleh pendapat Alisa Anggrain dkk (2023). Berdasarkan uraian

di atas, maka hipotesis ketiga yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H3 : *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.