

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Struktur Modal

2.1.1.1 Definisi Struktur Modal

Struktur modal merupakan komposisi sumber pendanaan perusahaan antara hutang dan modal sendiri. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan kreditor dibandingkan dengan pemilik perusahaan. Jika nilai struktur modal tinggi maka perusahaan telah memanfaatkan lebih banyak dana eksternal dari pada dana internal untuk kegiatan operasionalnya.

Definisi struktur modal menurut Musthafa (2017:85) menyatakan bahwa struktur modal adalah:

“Struktur modal merupakan perimbangan antara jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Struktur modal adalah perbandingan modal asing atau jumlah hutang dengan modal sendiri. Kebijakan struktur modal merupakan pemeliharaan antara risiko dan pengembalian yang diharapkan”.

Irham Fahmi (2015:184) menyatakan bahwa definisi struktur modal adalah sebagai berikut:

“Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (long-term liabilities) dan modal sendiri (shareholders' equity) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan”.

Menurut Abdul Halim (2015:81) Definisi struktur modal adalah sebagai berikut:

“Struktur modal merupakan perbandingan antara total hutang (modal asing) dengan total modal sendiri/ekuitas)”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa definisi struktur modal merupakan perimbangan jumlah hutang jangka panjang, serta kemampuan perusahaan dalam membiayai perusahaannya dengan hutang, dan mengoptimalkan hutangnya agar dapat mendatangkan laba sebesar besarnya sehingga laba tersebut dapat digunakan untuk membayar utang jangka panjangnya kembali.

2.1.1.2 Faktor - Faktor yang mempengaruhi Struktur Modal

Menurut Fahmi (2015:186) faktor yang mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan yaitu:

1. Bentuk atau karakteristik bisnis yang dijalankan.
2. Ruang lingkup aktivitas operasi bisnis yang dijalankan.
3. Karakteristik manajemen (management characteristic) yang diterapkan di organisasi bisnis tersebut.
4. Karakteristik, kebijakan dan keinginan pemilik.
5. Kondisi *micro and macro economy* yang berlaku di dalam negeri dan luar negeri yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

2.1.1.3 Pengukuran Struktur Modal

Bentuk ratio yang digunakan dalam struktur modal (*capital structure*)

menjelaskan tentang bentuk rumus struktur modal , yaitu:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Total Equity}}$$

Irham Fahmi (2015: 187)

Keterangan:

- a. *Total Liability* adalah kewajiban perusahaan baik jangka

- pendek maupun jangka panjang, dapat berupa utang bank, utang pajak, obligasi, utang dagang dan lain lain.
- b. total *equity* adalah total hak pemilik atas aset atau aktiva perusahaan yang merupakan kekayaan bersih.

2.1.2 Kepemilikan Manajerial

2.1.2.1 Definisi Kepemilikan manajerial

Kepemilikan manajerial sangat bermanfaat dimana manajer ikut ambil bagian dalam kepemilikan saham tersebut. Manajer kemudian akan berusaha lebih baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajerial, maka pihak manajerial akan bekerja lebih aktif dalam mewujudkan kepentingan pemegang saham dan akhirnya akan meningkatkan kepercayaan, kemudian nilai perusahaan juga akan naik.

Definisi kepemilikan manajerial menurut Sonya Majid (2016:4) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah

“Pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan di dalam perusahaan, misalnya direktur dan komisaris”.

Sedangkan definisi menurut Sartono (2015:487) kepemilikan manajerial adalah :

“Jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham yang ada dalam suatu perusahaan tersebut”.

Definisi kepemilikan manajerial Menurut Hanafi (2015:75) adalah sebagai berikut :

“Kepemilikan manajerial adalah besarnya kepemilikan saham oleh pihak manajemen atau dengan kata lain manajer juga sebagai pemegang saham, yang secara aktif dalam pengambilan keputusan dan ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang di ambil serta menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dan pengambilan keputusan yang salah”.

Dari definisi di atas dapat di simpulkan bahwa kepemilikan manajerial adalah saham atau modal yang di miliki oleh manajemen atau modal yang berasal dari internal yang berarti manajemen ikut andil dalam pengambilan keputusan.

2.1.2.2 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepemilikan Manajerial

Pemilik perusahaan publik mengalami kesulitan dalam mengendalikan perusahaan secara langsung dikarenakan:

1. Ukuran perusahaan yang semakin besar sehingga sulit untuk mengelolanya sendiri.
 2. Memerlukan keahlian khusus yang semakin kompleks dalam mengelola organisasi yang besar dimana umumnya pemilik memiliki keterbatasan dalam hal ini.
 3. Karena kepemilikan ditentukan oleh jumlah saham yang dimiliki yang berarti pemilik bisa lebih dari satu orang atau organisasi sehingga tidak memungkinkan apabila seluruh pemilik menjalankan operasi perusahaan.
- Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, maka pemilik (pemegang saham) sebagai prinsipal menyewa agen (manajer) untuk perusahaan.

2.1.2.3 Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial sangat bermanfaat dimana manajer ikut ambil bagian dalam kepemilikan saham perusahaan. Manajer kemudian akan berusaha lebih baik untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga manajerial akan menikmati sebagai keuntungan bagiannya tersebut. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajerial, maka pihak manajerial akan bekerja lebih proaktif dalam mewujudkan kepentingan pemegang saham dan akhirnya akan meningkatkan kepercayaan, kemudian nilai perusahaan juga akan naik. Kepemilikan manajerial dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Saham direksi, manajemen}}{\text{Total saham Beredar}} \times 100$$

Sartono (2015:487)

Keterangan :

- a. Saham yang dimiliki manajemen direksi dan komisaris
- b. jumlah saham yang beredar adalah bagian saham perusahaan yang sudah diterbitkan oleh perusahaan dan sudah memiliki status dimiliki oleh orang-perorangan ataupun perusahaan ataupun lembaga.

Kepemilikan manajerial akan mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan, karena mereka juga memiliki perusahaan. Kinerja perusahaan yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan (Sartono (2015:487)). Dengan adanya kepemilikan manajerial dalam perusahaan akan menimbulkan dugaan bahwa nilai perusahaan yang meningkat akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Dalam hal ini akan muncul

masalah keagenan, dimana agen yang ditunjuk principal tidak bekerja sesuai dengan tujuan pemegang saham.

2.1.3 Price Earning Ratio (PER)

2.1.3.1 Definisi Price Earning Ratio (PER)

Price earning ratio merupakan ukuran yang paling banyak digunakan oleh investor untuk menganalisis apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau merugikan. *Price earning ratio* bermanfaat untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per sahamnya.

Definisi *price earning ratio* menurut Eduardus Tandeilin (2017:387) menyatakan bahwa:

“*Price earning ratio* (PER) mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor bersedia membayar sahamnya, Dengan kata lain PER merupakan harga untuk tiap rupiah laba”.

Sedangkan definisi *price earning ratio* menurut (Harmono, 2015:570) adalah sebagai berikut:

“*Price earning ratio* adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan *earning*”.

Definisi *Price earning ratio* menurut Irham Fahmi (2015:83) sebagai berikut:

“*Price earning ratio* (PER) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning pershare* (laba

perlembar saham), maka PER merupakan rasio yang digunakan investor untuk menilai saham suatu perusahaan”.

Dari beberapa pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa *price earning ratio* (PER) merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. *price earning ratio* (PER) sebagai cara penilaian untuk mengetahui nilai saham yang sesungguhnya dari suatu perusahaan. PER ini digunakan untuk menganalisis harga saham yang menunjukkan harga yang tidak wajar.

2.1.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi *Price Earning Ratio* (PER)

Faktor-faktor yang mempengaruhi *price earning ratio* dari apa yang dikemukakan oleh Suad Husnan (2015: 155) ternyata bahwa salah satu yang mempengaruhi *price earning ratio* adalah “menaksir harga saham dengan mendasarkan diri atas pertumbuhan laba”. Meskipun makin populer, banyak analisis sekuritas yang menggunakan semacam rasio perkalian laba untuk menaksir harga saham rasio yang banyak dipergunakan adalah *price earning ratio*. Para analis kemudian mencoba mengidentifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi *price earning ratio*, kemudian dibuat model atau persamaannya dan akhirnya dipergunakan untuk analisis. Faktor-faktor yang mempengaruhi *price earning ratio* adalah sebagai berikut:

1. tingkat pertumbuhan laba semakin tinggi pertumbuhan laba maka semakin tinggi pula *price earning ratio* apabila faktor-faktor lainnya sama.
2. *dividend pay out rate* merupakan perbandingan antara *dividen per share* dan *earning per share*, jadi perspektif yang dilihat adalah pertumbuhan *dividend per share* terhadap pertumbuhan *earning per share*.

3. deviasi tingkat pertumbuhan investor dapat mempertimbangkan rasio tersebut guna memilah-milah saham, mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa yang akan datang, perusahaan dengan kemungkinan pertumbuhan yang tinggi (*high growth*) biasanya mempunyai *price earning ratio* yang besar.

2.1.3.3 Pengukuran *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. semakin besar *price earning ratio* suatu saham maka harga saham tersebut akan semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan penentu harga saham, semakin tinggi tingkat pertumbuhan maka semakin tinggi *price earning ratio*. maka dari itu, *price earning ratio* dapat dipergunakan sebagai indikator tingkat pertumbuhan yang diharapkan, cara mencari per atau p/e ratio adalah:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{EPS}}$$

Eduardus Tandeilin (2017:387)

Keterangan:

- a. Harga Saham adalah [harga saham](#) di [bursa saham](#) pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.
- b. EPS (Earning Per lembar Saham) adalah laba per lembar saham atau EPS di peroleh dari laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa dibagi dengan jumlah rata – rata saham biasa yang beredar

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan di lihat dari harga saham suatu perusahaan jika perusahaan memperoleh nilai perusahaan besar maka harga sahampun akan tinggi, dan investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut karena, salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut akan menanamkan modal.

Definisi nilai perusahaan menurut Harmono (2017:114) adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap tata kelola perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini”.

Kemudian definisi lain tentang nilai perusahaan menurut Wiyono Kusuma (2017:81) sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”.

Menurut I Gusti Ketut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar utangnya. Akan tetapi, bila besar nya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan

meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

2.1.4.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor-Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adapun variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat dikendalikan atau dipengaruhi oleh manajemen perusahaan yaitu pemicu nilai mencerminkan variabel yang agak sedikit di bawah kendali atau pengaruh manajemen perusahaan dan hal ini dihubungkan dengan beberapa cara uang berarti dengan faktor pemicu nilai perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut I Made Sudana (2015:9) sebagai berikut:

- a. Margin laba kotor
- b. Biaya usaha
- c. Modal kerja penjualan
- d. Biaya modal
- e. Penjualan awal.

Menurut Gendro Wiyono dan Hadri Kusuma (2017:13) memaksimalkan nilai perusahaan bermakna lebih luas dari pada memaksimalkan laba, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang menurut Irham Fahmi

(2010:276) mengemukakan bahwa, beberapa faktor-faktor (kondisi dan situasi) yang menentukan suatu saham itu mengalami fluktuasi, diantaranya:

1. Kondisi mikro dan makro ekonomi.
2. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha).
3. Pergantian direksi secara tiba-tiba.
4. Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.
5. Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya.
6. Risiko sistematis yaitu, suatu bentuk risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
7. Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.

2.1.4.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan semata-mata ditentukan oleh keputusan investasi. Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa keputusan investasi itu penting, karena untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham hanya akan dihasilkan melalui kegiatan investasi perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2015:50). Dengan rumus sebagai berikut yaitu:

$$\text{Price Book Value Ratio} = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Price per share}}$$

Harmono (2017:114)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

- a. MPS (*market price per share* atau harga per lembar saham) adalah harga nilai harga saham yang sesungguhnya .
- b. BPS (*book price per share* atau nilai buku per saham) adalah nilai dari ekuitas dibagi jumlah lembar saham yang beredar.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Suad Husnan dan Pudjiastuti (2015:274) *Trade off theory* menyatakan terdapat struktur modal yang optimal yaitu struktur modal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana tercapai apabila perusahaan mampu menyeimbangkan manfaat dari penggunaan utang dengan biaya kebangkrutan dan keagenan, maka setiap penambahan utang akan meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan tapi hanya sampai titik tertentu, setelah titik tersebut penggunaan hutang justru akan menurunkan nilai perusahaan karena kenaikan keuntungan dari penggunaan hutang tidak sebanding dengan kenaikan biaya *financial distress* dan *agency problem*. Nilai perusahaan akan meningkat ketika rasio utang pada struktur modal ditingkatkan (Hanafi,2011:309). "Struktur modal yang optimal harus mencapai suatu keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga dapat memaksimalkan harga saham atau nilai perusahaan (Brigham & Houston,2006:7)".

Penelitian yang mendukung telah dilakukan oleh Mawar Sharon R. Pantow dan Sri Murni (2015) bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena salah satu keputusan yang harus diambil untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah

keputusan pendanaan, Surtikanti dan Yunita Novianti (2012) menunjukkan bahwa struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan variabel control ROA menunjukkan hubungan yang rendah. Ni Kadek Rai Prastuti Gede Merta Sudiartha (2016) dimana perusahaan akan menentukan struktur modal yang terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2011- 2013 Pada perusahaan manufaktur investor percaya struktur modal dapat menunjukkan efisiensi kinerja perusahaan dan rasio ini di percaya dapat memengaruhi besar kecilnya nilai perusahaan suatu perusahaan. Indri Utami (2015) Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri dan tidak menggunakan hutang seluruhnya dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan.

Dengan demikian nilai perusahaanpun juga menjadi lebih besar. Ini berarti semakin besar hutang maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Akan tetapi perusahaan tidak mungkin menggunakan hutang 100% dalam struktur modalnya. Hal tersebut disebabkan oleh semakin besar hutang berarti semakin besar pula risiko keuangan perusahaan. Risiko yang dimaksud adalah risiko finansial yaitu risiko yang timbul karena ketidak mampuan perusahaan membayar bunga dan angsuran pokok dalam keadaan ekonomi yang buruk. Dalam kondisi demikian semakin besar hutang maka nilai perusahaan akan menurun.

2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Robertus M. Bambang Gunawan (2016:75). kepemilikan manajerial juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah situasi manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan, terjadinya konflik keagenan dalam perusahaan dapat terjadi dimana manajernya memiliki saham kurang dari seratus persen. Mekanisme untuk mengatasi konflik keagenan antara lain meningkatkan kepemilikan insider (insider ownership). Semakin bertambahnya saham yang dimiliki manajer melalui kepemilikan manajerial akan memotivasi kinerja manajemen karena mereka merasa memiliki andil dalam perusahaan baik itu dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab terhadap keputusan yang diambil karena ikut sebagai pemegang saham perusahaan, sehingga kinerja manajemen semakin baik dan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sangat potensial dalam mengurangi alokasi sumber daya yang tidak menguntungkan, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan”.

Menurut Pancawati Hardiningsih (2014) Semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen maka semakin kuat kecenderungan manajemen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya sehingga mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan. Susanti (2014) menghasilkan penelitian bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebab dengan adanya kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka dapat menimbulkan dugaan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat jika kepemilikan manajemen

meningkat. Kepemilikan manajemen yang besar akan efektif untuk mengawasi aktivitas perusahaan. Selain itu, semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen maka berkurang kecenderungan manajemen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya sehingga mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Price Earning Ratio* (*PER*) terhadap Nilai Perusahaan

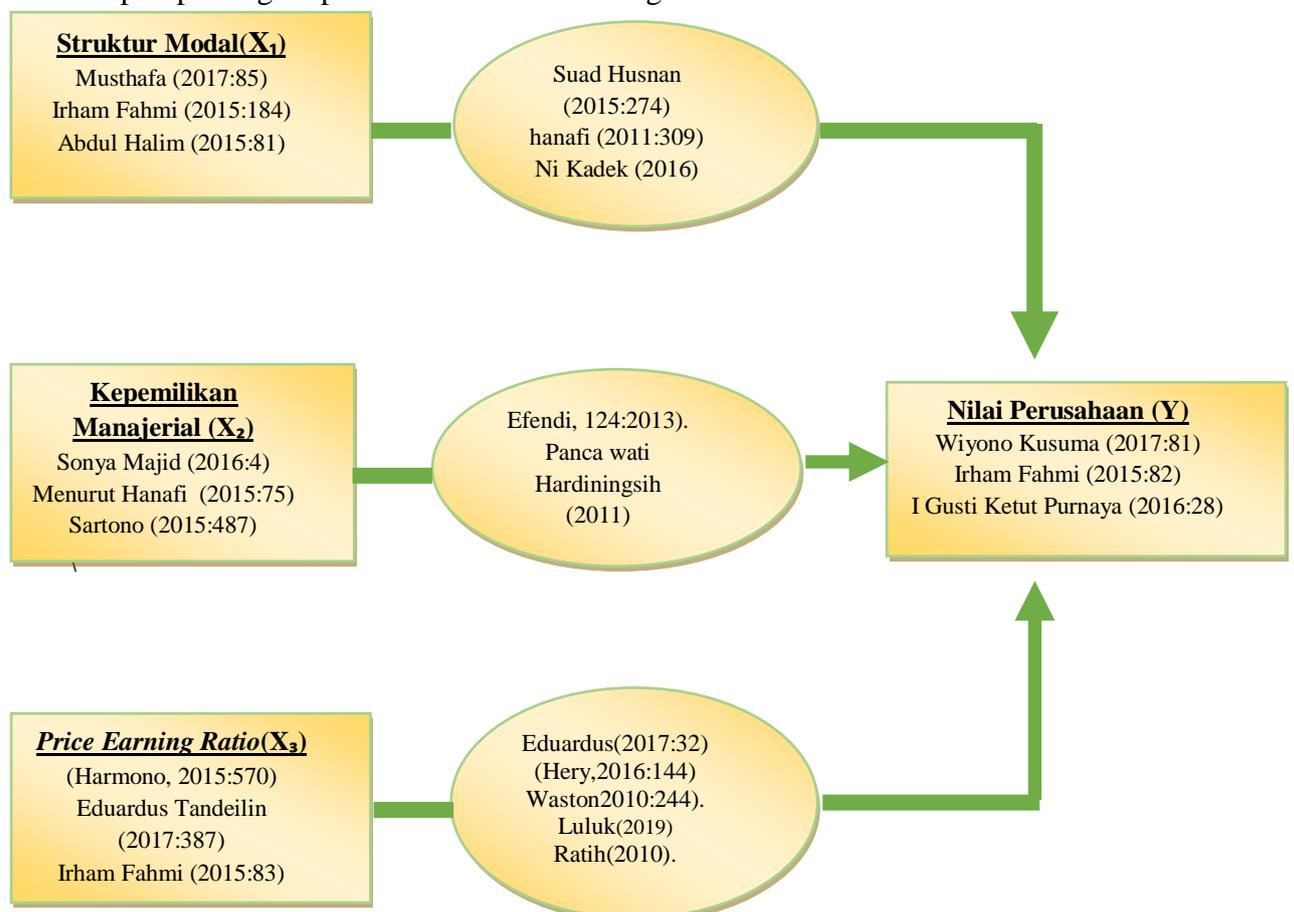
Menurut Eduardus Tandelin (2017:320) menyatakan bahwa *price earning ratio* adalah rasio yang membandingkan antara harga saham terhadap *earnings per share* perusahaan investor akan menghitung berapa kali multiplier, nilai *earning* yang tercermin harga suatu saham, dengan demikian, semakin tinggi *price earning ratio* meningkatkan daya tarik investor, maka semakin tinggi pula harga saham suatu perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus. Hery (2016:144) *Price earning ratio* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Lewat rasio ini, harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Dengan mengetahui besaran PER tersebut, calon investor potensial dapat mengetahui apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak (secara nyata) sesuai kondisi saat ini dan bukannya berdasarkan pada perkiraan di masa mendatang. Semakin tinggi PER, maka semakin besar kepercayaan investor terhadap masa depan perusahaan. Weston dan copelan (2010:244). *Price earning ratio* merupakan perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan

kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Didukung dengan penelitian yang di lakukan oleh Luluk Innafisah Afifuddi, Cholid Maward (2019) sehingga menunjukkan bahwa *price earning ratio*(PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, bahwa jika *price earning ratio* meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Bhekti Fitri Prasetyorini (2013) dan Ratih Anggraini (2010)

Paradigma Penelitian

Adapun paradigma penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Setelah adanya kerangka pemikiran, maka diperlukannya suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2017:63) menyatakan bahwa Hipotesis adalah sebagai berikut:

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat penelitian yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

H₁ : Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₃: *Price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan