

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kinerja Keuangan

2.1.1.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Nurhana, dkk., (2023:12) definisi kinerja keuangan adalah:

“Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”.

Menurut Maya & Elminaliya (2022:11) pengertian kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan adalah hasil banyak keputusan yang dibuat secara terus menerus oleh pihak manajemen perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien”.

Sedangkan menurut Masno (2022:63) mendefinisikan kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Kemudian kinerja keuangan merupakan hasil (*outcome*) yang diperoleh dari suatu aktivitas usaha, dan kinerja keuangan secara umum dapat mengukur tingkat keaktifan dan efisiensi suatu perusahaan”.

Berdasarkan ketiga definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah analisis untuk mencapai tujuan, terutama untuk mengukur suatu manajemen perusahaan dalam mengelola keuangan dengan tujuan menghasilkan laba, serta mengukur tingkat efektif dan efisien suatu perusahaan dalam aktivitas usaha.

2.1.1.2 Tujuan Kinerja Keuangan

Menurut Rahayu (2021:6-7) menyatakan bahwa tujuan kinerja keuangan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kegiatan operasional agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.
2. Untuk menunjukkan kepada investor atau publik bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik.

2.1.1.3 Jenis – Jenis Kinerja Keuangan

Menurut Ni Luh Gede, dkk., (2019:135) jenis-jenis kinerja keuangan yang dapat digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba:

1. Rasio Likuiditas

Bertujuan untuk mengukur kemampuan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi atau kewajiban jangka pendek. Pada rasio ini, pengukuran digunakan dengan *current ratio*, *quick ratio*, dan *cash ratio*.

2. Rasio Solvabilitas

Bertujuan untuk mengukur kemampuan entitas memenuhi semua kewajiban keuangannya. Pada rasio ini dihitung dengan membandingkan total aktiva di suatu pihak dengan total utang di pihak yang lain.

3. Rasio Profitabilitas

Bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya. Pada rasio ini diukur dengan

menggunakan *gross profit margin* sebagai faktor yang menentukan rentabilitas ekonomi.

Dalam penelitian ini jenis kinerja keuangan yang digunakan adalah rasio likuiditas. dikarenakan rasio likuiditas merupakan salah satu rasio yang sangat penting untuk digunakan, karena dapat menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutangnya.

2.1.1.4 Metode – Metode Rasio Likuiditas

Menurut Winda, dkk., (2023:66-68) metode-metode perhitungan pada rasio likuiditas yaitu sebagai berikut:

1. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

Perhitungan rasio lancar umumnya melibatkan pembagian aset lancar dengan kewajiban lancar. Hasilnya dapat memberikan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban lancarnya dalam waktu yang singkat.

2. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio cepat merupakan hasil selisih antara aset lancar yang kemudian dibagi dengan kewajiban lancar. Hasilnya dapat menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan atau bisnis.

3. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio kas adalah ukuran yang menilai kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan utang jangka pendek dengan menggunakan jumlah kas dan aset yang mudah diubah menjadi kas yang dimiliki.

4. *Working Capital to Total Assets Ratio* (Rasio Modal Kerja terhadap Total Aset)

Rasio ini menunjukkan perbandingan modal kerja bersih terhadap total aktiva. Modal kerja bersih yang mengacu pada selisih antara aset lancar dan kewajiban lancar.

2.1.1.5 Indikator Current Ratio

Rumus untuk menghitung rasio lancar menurut Juda, dkk., (2021:206) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar (Current Ratio)} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Selanjutnya rumus untuk menghitung rasio lancar menurut Kasmir (2019:119) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar (Current Ratio)} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Kemudian rumus untuk menghitung rasio lancar menurut Toto (2019:210) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar (Current Ratio)} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Berdasarkan ketiga indikator diatas, pada penelitian ini menggunakan indikator kinerja keuangan dengan membagi *Current Asset* dengan *Current Liabilities* dan dikalikan dengan 100. Alasan peneliti menggunakan indikator ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Hery (2020:152) yaitu rasio lancar dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban

pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki. Jika likuiditas dalam kondisi baik, maka dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendukung manajemen dalam pengambilan keputusan.

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2019:116) definisi pertumbuhan penjualan yaitu:

“Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah perekonomian dan sektor usahanya”.

Sedangkan menurut Van Horne (2013:122) pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah peningkatan penjualan antara tahun sekarang dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan menunjukkan tingginya volume penjualan untuk menghasilkan profit. Pertumbuhan penjualan mengukur bagaimana kinerja perusahaan tahun sebelumnya dan untuk memprediksi penjualan pada tahun berikutnya”.

Lalu, pertumbuhan penjualan menurut Fitri, dkk., (2024:48) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan secara kuantitatif dari jumlah penjualan suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu, yang dapat diukur dengan perbandingan persentase kenaikan penjualan tahunan. Hal ini dapat dijadikan indikator untuk mengukur tingkat keberhasilan dan kesehatan keuangan dalam perkembangan perusahaan”.

Berdasarkan ketiga definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan penjualan dari satu tahun ke tahun mendatang, dinyatakan dalam persentase untuk mencerminkan kemampuan

perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya dan meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi.

2.1.2.2 Indikator Pertumbuhan Penjualan

Menurut Lela Nurlaela Wati (2019:33) indikator untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Sales } t - \text{Sales } t-1}{\text{Sales } t-1} \times 100\%$$

Sedangkan menurut Kasmir (2018:107) rumus untuk mengukur pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Salest-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

Net Sales : Penjualan Bersih
t : Tahun

Kemudian menurut Fitri, dkk., (2024:47) rasio pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Salest-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

Net Sales t : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t
Net Sales t-1 : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1

Berdasarkan ketiga indikator diatas, maka pada penelitian ini indikator pertumbuhan penjualan dengan mengurangi jumlah penjualan di tahun ini dengan tahun sebelumnya, serta membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya dan dikalikan dengan 100. Alasan peneliti menggunakan indikator ini berdasarkan teori

yang dikemukakan oleh Fitri (2024:48) yaitu untuk mengukur tingkat keberhasilan dan kondisi keuangan dalam pertumbuhan perusahaan.

2.1.3 Kebijakan Dividen

2.1.3.1 Pengertian Dividen

Menurut Nendy, dkk., (2022:129) definisi dividen adalah:

“Dividen adalah pembagian laba yang diperoleh perusahaan kepada para pemegang saham yang dimiliki. Dividen akan diterima oleh pemegang saham hanya apabila ada usaha akan menghasilkan cukup uang untuk membagi dividen tersebut dan apabila dewan redaksi menganggap layak bagi perusahaan untuk mengumumkan dividen”.

Sedangkan menurut Yeti (2022:117) pengertian dividen adalah:

“Dividen adalah suatu bentuk pembagian keuntungan atau laba kepada para pemegang saham dalam satu periode tertentu berdasarkan banyaknya saham yang dimiliki. Artinya, besar dividen tergantung pada besarnya saham masing-masing pemilik”.

Kemudian menurut Dwi, dkk., (2024:106) mendefinisikan dividen adalah:

“Dividen merupakan bagian laba yang didistribusikan kepada pemegang saham, dimana perusahaan mengeluarkan dividen berdasarkan keputusan yang diambil dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)”.

Berdasarkan ketiga definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dividen merupakan pembagian laba oleh perusahaan kepada pemegang saham berdasarkan jumlah saham yang dimiliki, dividen akan diberikan jika perusahaan menghasilkan cukup laba dan dewan direksi menyetujuinya.

2.1.3.2 Pengertian Kebijakan Dividen

Definisi kebijakan dividen menurut Nagian Toni & Silvia (2021:18) adalah:

“Kebijakan dividen adalah suatu kebijakan yang ditetapkan pihak manajemen dalam menetapkan dividen per lembar saham dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa datang”.

Sedangkan definisi kebijakan dividen menurut Samsurijal, dkk., (2022:184)

adalah:

“Kebijakan dividen adalah kebijakan atau keputusan yang berhubungan dengan berapa banyak jumlah laba yang harus dibayarkan kepada para pemegang saham dan berapa banyak jumlah yang harus ditahan sebagai tambahan modal perusahaan”

Berdasarkan kedua definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen merupakan keputusan tentang pembagian keuntungan perusahaan kepada pemegang saham atau menahan laba tersebut untuk diinvestasikan kembali dalam perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3.3 Faktor yang Memengaruhi Kebijakan Dividen

Menurut Nendy, dkk., (2022:133-135) faktor-faktor yang memengaruhi besar kecilnya dividen yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham antara lain:

1. Posisi Solvabilitas Perusahaan

Jika perusahaan dalam kondisi insolvensi atau solvabilitasnya kurang menguntungkan biasanya perusahaan tidak membagikan laba, hal ini dikarenakan laba yang diperoleh lebih banyak digunakan untuk memperbaiki struktur modalnya.

2. Posisi Likuiditas Perusahaan

Posisi dimana *cash dividend* yang menjadi arus kas keluar bagi perusahaan untuk membayarkan dividen dan akan menurunkan tingkat likuiditas perusahaan. Bagi perusahaan dengan kondisi likuiditas yang kurang baik,

biasanya *dividend payout ratio* kecil, sebab sebagian besar laba digunakan untuk menambah likuiditas.

3. Kebutuhan untuk melunasi hutang

Semakin banyak hutang yang harus dibayar semakin besar dana yang harus disediakan sehingga akan mengurangi jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham.

4. Rencana Perluasan

Perusahaan yang berkembang ditandai dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan, semakin pesat pertumbuhan perusahaan juga semakin pesat perluasan yang dilakukan. Konsekuensinya adalah semakin besar dana yang dikeluarkan perusahaan maka semakin kecil *dividend payout rasionya*.

5. Kesempatan Investasi

Semakin terbuka kesempatan investasi, semakin kecil dividen yang akan dibayarkan sebab dananya digunakan untuk memperoleh kesempatan investasi. Namun bila kesempatan investasi kurang baik, maka dananya lebih banyak akan digunakan untuk membayar dividen.

6. Stabilitas Pendapatan

Perusahaan yang pendapatannya stabil tidak perlu menyediakan kas yang banyak untuk berjaga-jaga, sedangkan perusahaan yang pendapatannya tidak stabil harus menyediakan uang kas yang cukup besar untuk berjaga-jaga.

7. Pengawasan terhadap perusahaan

Apabila perusahaan mencari sumber dana dari modal sendiri, kemungkinan akan masuk investor baru dan tentunya akan mengurangi kekuasaan pemilik lama dalam mengendalikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan cenderung tidak membagi dividennya agar pengendalian tetap berada di tangannya.

2.1.3.4 Indikator Kebijakan Dividen

Menurut Ferdinandus, dkk., (2023:48-49) indikator untuk mengukur kebijakan dividen dapat diukur dengan menggunakan:

1. *Dividend Yield*, membandingkan jumlah dividen yang dibayarkan dengan harga saham suatu perusahaan.

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividen Tahunan Saham}}{\text{Harga Perlembar Saham}}$$

2. *Dividend Payout Ratio*, membagi dividen yang dibayarkan per saham dengan laba bersih yang dibayarkan per saham.

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividen Tunai Per Lembar Saham}}{\text{Laba Bersih Per Lembar Saham}}$$

Sedangkan menurut Nagian, dkk., (2021:30) indikator kebijakan dividen dapat diukur menggunakan *dividend payout ratio* dengan rumus:

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividend per share}}{\text{Earning per share}} \times 100\%$$

Kemudian rumus *dividend payout ratio* menurut Sawarni, dkk., (2020:107) adalah sebagai berikut:

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividend per sheet}}{\text{Earning per sheet}}$$

Maka berdasarkan ketiga indikator diatas, indikator kebijakan dividen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Nagian, dkk., (2021:30). Alasan peneliti menggunakan indikator ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Hery (2020:145) yaitu kebijakan dividen dapat diukur melalui rasio pembayaran dividen tunai. Rasio ini menunjukkan besarnya persentase laba bersih yang didistribusikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen tunai.

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Asep (2021:5) definisi nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari arus kas di masa akan datang, arus kas di masa akan datang tersebut dipengaruhi risiko yang dapat menyebabkan kemungkinan mengalami penyimpangan (deviasi)”.

Nilai perusahaan menurut Ardi dkk., (2023:17) adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah pencapaian perusahaan atau kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya yang digambarkan oleh harga saham yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan saham di pasar modal yang merefleksikan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan”.

Sedangkan menurut Masno (2022:63) definisi nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi”.

Berdasarkan ketiga definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah ukuran yang mencerminkan kepercayaan investor dan masyarakat terhadap perusahaan, nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang didasari dari aliran kas yang diharapkan di masa mendatang, dan telah disesuaikan dengan risiko serta metode pendanaan yang digunakan.

2.1.4.2 Jenis – Jenis Nilai Perusahaan

Menurut Evan (2021:96-97) terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Nilai Nominal, nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar, nilai pasar atau kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai Intrinsik, nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan.
4. Nilai Buku, nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Sederhananya dihitung dengan membagi selisih antara total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. Nilai Likuidasi, nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku.

2.1.4.3 Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Masno (2022:69-71) indikator-indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Earning Per Share* (EPS)

Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$$

2. *Price Book Value* (PBV)

Rumus yang digunakan adalah:

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

3. *Return On Equity* (ROE)

Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Modal Sendiri}}{\text{Laba Bersih Setelah pajak}}$$

4. *Net Profit Margin* (NPM)

Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

Sedangkan menurut Asep (2021:6-9) indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. *Price to Book Value* (PBV)

Rumus yang digunakan adalah:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per share}}{\text{Book Value per share}}$$

$$BV = \frac{\text{Total nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham}}$$

2. Price Earning Ratio (PER)

Rumus yang digunakan adalah:

$$PER = \frac{\text{Market Price per share}}{\text{Earning per share}}$$

3. Tobin's Q

Rumus yang digunakan adalah:

$$Q = \frac{\text{Market Capitalization}}{\text{Total Asset}}$$

Berdasarkan kedua indikator di atas, maka pada penelitian ini indikator nilai perusahaan yang digunakan adalah *price to book value* (PBV) menurut Asep (2021:6-9). Alasan peneliti menggunakan indikator ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Endah (2022:23) yaitu karena rasio ini digunakan untuk mengukur bagaimana pasar menilai aset perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, maka akan membuat investor percaya dengan prospek perusahaan di masa mendatang.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Endah (2022:33-34) apabila kinerja perusahaan baik, akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan nilai usaha yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modal, sehingga akan terjadi kenaikan harga saham disertai dengan nilai perusahaan yang meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Slamet (2019) menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan kinerja keuangan akan berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan. Lalu penelitian Nila, dkk., (2018) menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pemenuhan kewajiban jangka pendek secara tepat waktu akan memberikan keamanan bagi nilai perusahaan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Lisa, dkk., (2022) menunjukkan bahwa kinerja keuangan (CR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Current ratio* yang tinggi mengindikasikan adanya kelebihan aktiva lancar sehingga dapat diartikan bahwa perusahaan berpotensi membagikan dividen yang besar. Sedangkan pada penelitian Adelia & Farida (2022) kinerja keuangan (CR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan oleh asumsi bahwa perusahaan yang telah terdaftar di BEI sudah memiliki tingkat likuiditas yang baik dan berada dalam kondisi likuid.

2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Agustin, dkk., (2021:83) peningkatan pertumbuhan penjualan perusahaan akan mencerminkan nilai perusahaan yang tumbuh. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan memiliki keterkaitan dengan perolehan laba yang akan meningkatkan harga saham seiring dengan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Theresia, dkk., (2023) menunjukkan hasil pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Indikator pertumbuhan penjualan yang meningkatkan akan mendapatkan respon positif dari pasar, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena *sales growth* mencerminkan peningkatan volume penjualan, yang berkontribusi pada pendapatan dan laba perusahaan. Kemudian penelitian juga dilakukan oleh Ida & I Ketut (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi grafik pertumbuhan penjualan perusahaan semakin besar peningkatan nilai perusahaan, sedangkan grafik penjualan yang menurun maka akan terjadi penurunan nilai perusahaan. Dengan demikian, apabila suatu perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan perkembangan perusahaan yang signifikan, yang akan mengakibatkan peningkatan pada nilai sebuah perusahaan.

Lalu pada penelitian Indah & Nur (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penjualan mencerminkan bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa mendatang, sehingga perusahaan mampu memberikan return saham yang tinggi kepada investor. Hal ini akan direspon positif oleh investor dan meningkatkan harga saham dari perusahaan seiring meningkatnya nilai perusahaan. Lalu pada penelitian Sherly & Dewi (2020) menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin banyak utang yang dimiliki perusahaan, dan jika perusahaan tidak mampu mengelola utang dengan baik maka nilai perusahaan tidak akan meningkat. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang

tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan menunjukkan peningkatan pangsa pasar, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

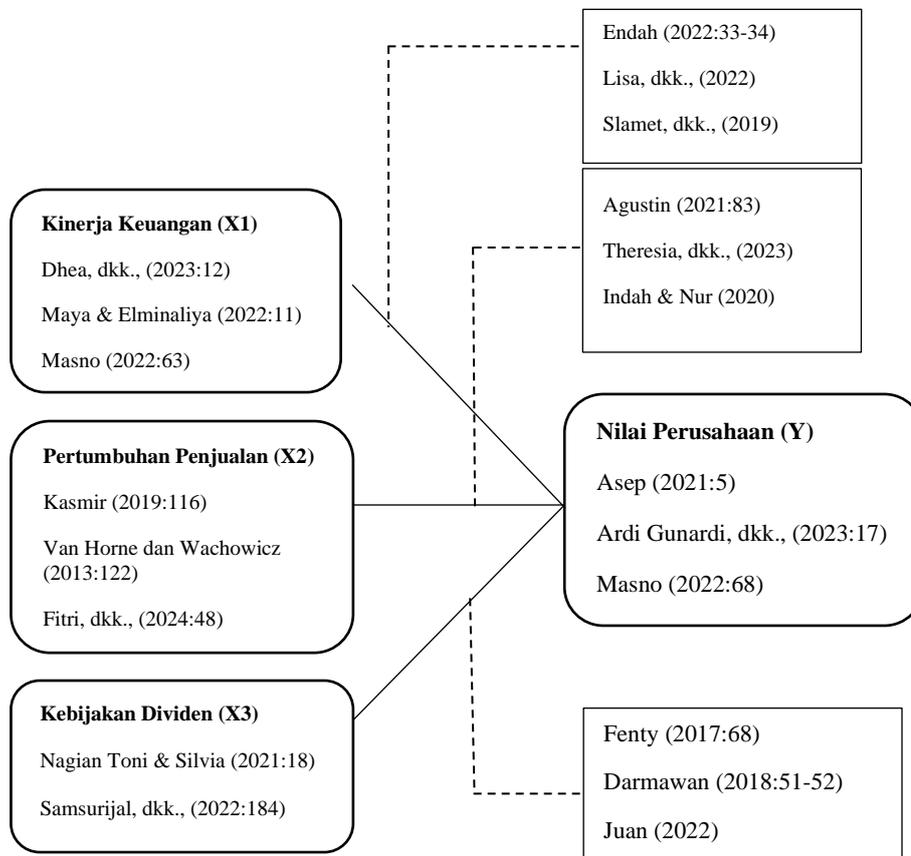
Menurut Fenty (2017:68) ketika perusahaan membayar dividen yang besar, mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Hal ini menarik minat untuk membeli saham perusahaan, yang disertai dengan meningkatnya nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pembayaran dividen yang tinggi oleh perusahaan, akan dianggap sebagai sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek keuntungan yang baik. Menurut Darmawan (2018:51-52) rasio pembayaran dividen yang optimal merupakan fungsi dari 4 (empat) faktor, yaitu: (1) pilihan investor atas dividen, (2) peluang investasi perusahaan, (3) target struktur modal, dan (4) ketersediaan dan biaya dari modal eksternal. Ketiga fungsi terakhir digabungkan ke dalam model dividen residual, dimana menurut teori kebijakan dividen memiliki dampak yang pasif maka tidak bisa secara langsung mempengaruhi harga saham. Dengan kata lain, kebijakan dividen tidak dapat secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Fakhrana (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai DPR mencerminkan kebijakan perusahaan dalam membagikan dividen kepada pemegang sahamnya. Kebijakan dividen dapat mempengaruhi persepsi investor karena dengan dividen yang dibagikan dengan jumlah yang cukup besar setiap tahunnya akan meningkatkan minat investor untuk dapat berinvestasi di perusahaan

tersebut, hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Lalu selanjutnya pada penelitian Juan (2022) menunjukkan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen yang baik dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Adevia & Anggana (2022) menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pembayaran dividen yang besar dapat mencerminkan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga pembayaran dividen yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Lalu pada penelitian Fendyka & Hendri (2017) menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pembayaran dividen yang semakin tinggi, maka semakin sedikit laba yang ditahan dan sebagai akibatnya yaitu menghambat tingkat pertumbuhan dalam pendapatan dan harga sahamnya, sehingga akan menghambat pertumbuhan perusahaan tersebut.

2.3 Paradigma Penelitian



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kinerja Keuangan (CR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

H2 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

H3 : Kebijakan Dividen (DPR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV).