BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Variabel Independen (X_1) : Teori Umur Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Umur Perusahaan

dalam **Undang-Undang No. 8 Tahun 1997**, perusahaan didefinisikan sebagai berikut:

> "Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan, maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau badan hukum yang didirikan dan berkedudukan di wilayah Indonesia".

Berdasarkan kedua pengertian terpisah di atas, maka dapat diketahui bahwa definisi dari umur perusahaan adalah lama waktu hidup atau ada suatu organisasi atau bentuk usaha yang bergerak dalam bisnis dan memiliki tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

Menurut **Widiastuti (2002) dalam Rahmawati (2012)** menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing.

Nugroho (2012) mendefinisikan umur perusahaan merupakan awal perusahaan melakukan aktivitas operasional hingga dapat mempertahankan going concern perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam dunia bisnis.

Menurut **Kartika (2009)** dalam **Efriana Mustika (2012)**, Umur Perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan di bursa. Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka kemungkinan perusahaan untuk mengembalikan investasi akan semakin besar karena sudah berpengalaman.

Sedangkan menurut **Claudio Loderer dan Urs Waelchli (2010)** dalam jurnalnya yang berjudul *"Firm Age and Performance"* menerangkan bahwa perusahaan akan menjadi tidak efisien seiring dengan berjalannya waktu. Perusahaan yang mengalami penuaan harus mengurangi biaya karena berbagai efek pembelajaran dalam perusahaan dan belajar dari perusahaan lain dengan industry yang sama maupun berbeda.

Umur perusahaan dihitung sejak perusahaan tersebut berdiri berdasarkan akta pendirian sampai penelitian dilakukan.

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan adalah lamanya waktu hidup suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dalam dunia usaha dan mampu mempertahankan kesinambungan usahanya serta merupakan bagian dari dokumentasi yang menunjukkan tujuan dari perusahaan tersebut.

2.1.1.2 Pengukuran Umur Perusahaan

Dalam melakukan suatu pengukuran terhadap umur perusahaan, **Ulum (2009: 203)** mengemukakan bahwa umur perusahaan dihitung mulai tanggal IPO hingga tanggal laporan tahunan. Pernyataan yang dikemukakan oleh Collins dan

Porras tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan juga dapat diukur dari tahun pendirian suatu perusahaan.

2.1.1.3 Indikator Umur Perusahaan

Dalam Jurnal **Agung Mirah Purnama Sari (2014)** Umur Perusahaan**,** diukur berdasarkan selisih antara tanggal periode pengamatan terhadap tanggal pendirian perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Umur Perusahaan = (Tahun Penelitian – Tahun Pendirian Perusahaan)

Sumber: Agung Mirah Purnama Sari (2014)

2.1.2 Variabel Independen (X_2) : Teori Struktur Aktiva

2.1.2.1 Pengertian Struktur Aktiva

Struktur aktiva mencerminkan dua komponen aktiva secara garis besar dalam komposisinya yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar adalah uang kas dan aktiva –aktiva lain yang dapat direalisasikan menjadi uang kas atau dikonsumsi dalam suatu periode akutansi yang normal. Sedangkan aktiva tetap adalah berwujud yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dibangun lebih dahulu yang digunakan dalam operasi perusahaan, tidak termasuk untuk dijual dalam rangka kegiatan normal perusahaan dan mempunyai masa.

Adapun definisi struktur aktiva menurut beberapa ahli diantaranya sebagai berikut:

Bambang Riyanto (2008:22) menyatakan bahwa:

> "Struktur aktiva atau struktur kekayaan adalah perimbangan atau perbandingan baik dalam artian absolut maupun dalam artian relatif antara aktiva lancar dengan aktiva tetap. Yang dimaksud dengan artian absolut adalah

perbandingan dalam bentuk nominal, sedangkan yang dimaksud dengan artian relatif adalah perbandingan dalam bentuk persentase."

Sedangkan **Lukman Syamsudin (2007:9)** menyatakan bahwa :

"Struktur aktiva adalah penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing -masing komponen aktiva, baik dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap."

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa struktur aktiva merupakan perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva, dan dapat diartikan secara absolut maupun relatif. Artian absolut adalah perbandingan dalam bentuk nominal, sedangkan yang dimaksud dengan artian relatif adalah perbandingan dalam bentuk persentase.

2.1.2.2 Metode Pengukuran Struktur Aktiva

Struktur aktiva diketahui dengan membandingkan total aktiva tetap dan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Total aktiva tetap diketahui dengan menjumlahkan rekening-rekening aktiva tetap berwujud perusahaan seperti tanah, gedung, mesin dan peralatan, kendaraan dan aktiva tetap berwujud lainnya kemudian dikurangi akumulasi penyusutan aktiva tetap. Aktiva tetap mempunyai sifat tahan lama dan mempunyai nilai penyusutan selama periode waktu tertentu

Menurut **Syamsudin (2011:9)** Asset berwujud adalah penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing – masing komponen aktiva, baik dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Dalam perusahaan industri yang sebagian besar modalnya terdapat dalam aktiva tetap yang akan mengutamakan pemenuhan modal yaitu berupa modal sendiri sedangkan hutang bersifat pelengkap. Struktur aktiva mempengaruhi sumber-sumber pembiayaan dalam beberapa cara. Perusahaan yang

mempunyai aktiva tetap jangka panjang terutama jika permintaan akan produk mereka cukup meyakinkan dan banyak menggunakan hutang jangka panjang.

Struktur aktiva dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$Struktur\ Aktiva = \frac{Total\ Aktiva\ Tetap}{Total\ Aktiva}\ x\ 100\%$$

Sumber : (Syamsudin 2011:9)

2.1.3 Variabel Dependen (Y) : Teori Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Dalam jangka panjang tujuan perusahaan adalah memaksimumkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya.

Menurut Harmono (2009:1), nilai perusahaan merupakan ukuran nilai objektif oleh public dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut **Martin, et al (2000)** menyatakan nilai perusahaan:

"Nilai perusahaan merupakan nilai atau harga pasar yang berlaku atas saham umum perusahaan".

Berdasarkan definisi di atas menunjukan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli diartikan sebagai harga pasar atas perusahaan itu sendiri. Di bursa saham, harga pasar berarti harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap lembar saham perusahaan. Oleh

karenanya dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan adalah merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar dividennya. Besarnya dividen yang dibagi tersebut dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayarkan tinggi maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Namun, jika dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham kecil maka harga saham perusahaan itu juga rendah. Dengan demikian, dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan **(Harjito dan Martono, 2011)**.

2.1.3.2 Indikator Nilai Perusahaan

Indikator price to book value ratio (PBV) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Dengan mengetahui rasio PBV, investor bisa mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, undervalued, dan overvalued.

PBV merupakan perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya. Berdasarkan rasio PBV, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV diatas satu yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan **(Brigham dan Houston, 2011).**

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran

pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Adapun rumus untuk menghituk price to book value ratio (PBV) sebagai berikut :

$$PBV = \frac{Harga\ Per\ Lembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Lembar\ Saham}$$

Sumber : (Brigham dan Houston, 2011)

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa hasil dari penelitian terdahulu, yang akan menjadi acuan dalam penelitian, sebagai berikut :

1. **Ahmad Mohammad Obeid Gharaibeh and Adel Mohammed Sarea (2015)**

Dalam penelitiannya yang berjudul *"The Impact Of Capital Structure And Certain Firm Specific Variables On The Value Of The Firm: Empirical Evidence From Kuwait"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Penelitian ini mengungkapkan Tidak Ada Hubungan Yang Signifikan Secara Statistik Antara Nilai Perusahaan terhadap Umur Perusahaan dan Aset Tangibility.

2. **Ben Said Hatem (2015)**

Dalam penelitiannya yang berjudul *"Interdependence between Managerial Ownership, Leverage and Firm Value: Theory and Empirical Validation"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Umur perusahaan dan Asset Tangibility secara Positif dan signifikan mempengaruhi nilai perusahaan.

3. Rodrigo Leite and Andre Carvalhal (2016)

Dalam penelitiannya yang berjudul *"Firm Age, Value, Performance And Corporate Governance In Brazil"*. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara umur perusahaan dan nilai perusahaan hanya signifikan dan positif.

4. A.A Pt. Agung Mirah Purnama Sari dan Putu Agus Ardiana (2014)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Board Size* Terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitian menunjukkan board size ternyata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (didalam *board size* terdapat variabel umur perusahaan).

5. Muhammad Teguh Akbar Kombih dan Novrys Suhardianto (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan Aset Tidak Berwujud". Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset tak berwujud tidak berkontribusi dalam pembentukan nilai perusahaan.

6. Rindu Rika Gamayuni (2015)

Dalam penelitiannya yang berjudul *"The Effect Of Intangible Asset, Financial Performance And Financial Policies On The Firm Value"*. Hasil penelitian menunjukkan Aset tidak berwujud memiliki nilai positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

2.1.4.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mempelajari dan membaca pnelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian

penelitian, maka dapat dibandngkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variable penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ahmad Mohammad Obeid Gharaibeh and Adel Mohammed Sarea (2015)	The Impact Of Capital Structure And Certain Firm Specific Variables On The Value Of The Firm: Empirical Evidence From Kuwait	Penelitian ini mengungkapkan Tidak Ada Hubungan Yang Signifikan Secara Statistik Antara Nilai Perusahaan terhadap Umur Perusahaan dan Aset Tangibility.	Menggunakan Umur Perusahaan dan Tangibility Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya menggunakan data yg dikumpulkan dari buku fakta Bursa Efek Nigeria (NSE) untuk periode 2012 - 2016
2	Ben Said Hatem (2015)	Interdependence between Managerial Ownership, Leverage and Firm Value: Theory and Empirical Validation	Umur perusahaan dan Asset Tangibility secara Positif dan signifikan mempengaruhi nilai perusahaan.	Menggunakan Umur Perusahaan dan Tangibility Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya memeriksa sampel dari 246 perusahaan Prancis selama periode 11 tahun dibangun
3	Rodrigo Leite and Andre Carvalhal (2016)	Firm Age, Value, Performance And Corporate Governance In Brazil	Hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara usia perusahaan dan nilai perusahaan hanya signifikan dan positif satu model, jadi kami tidak dapat menyimpulkan bahwa ada hubungan non-linear antara usia dan nilai.	Menggunakan Umur Perusahaan sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Sampel penelitian ini terdiri dari 250 perusahaan non-keuangan terdaftar di bursa BM & FBovespa sejak 2002 hingga 2008 2009.

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Setiadharma S and Machali M (2017)	The Effect of Asset Structure and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variable	Menurut hasil uji-t pada Tabel 2, t-nilai adalah -3,054 dengan p-value 0,003, karena nilai p = 0,003 <0,05. Ini menunjukkan itu ada pengaruh yang signifikan dari struktur aset pada nilai perusahaan	Menggunakan Struktur Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan pproperti dan real estate yang terdaftar di Indonesia Bursa Efek periode 2010-2014.
5	Dennis Nyamasege , Walter Bichang'a Okibo, Andrew S. Nyang'au , Peterson Obasi Sang'ania, Henry Omosa and Charles Momanyi (2014)	Effect of Asset Structure on Value of a Firm: a Case of Companies Listed In Nairobi Securities Exchange	Nilai t hitung menunjukkan angka 8.196 sementara tabel kritis nilai pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,165. menyiratkan bahwa pengaruh struktur aset pada nilai perusahaan adalah signifikan	Menggunakan Struktur Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya menggunakan Perusahaan Terdaftar di Nairobi Securities Exchange
6	Rindu Rika Gamayuni (2015)	The Effect Of Intangible Asset, Financial Performance And Financial Policies On The Firm Value	Aset tidak berwujud memiliki nilai positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Semakin tinggi tidak berwujud aset yang dimiliki oleh perusahaan,kemampuan perusahaan yang lebih tinggi untuk menghasilkan keuntungan	Menggunakan Struktur Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya menggunakan Variabel X yang lain yaitu Kebijakan Keuangan dan Kinerja Keuangan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7	Muhammad Teguh Akbar Kombih dan Novrys Suhardianto (2017)	Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan	Aset Tidak Berwujud memiliki tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (α = 5%) kendati mempunyai nilai koefisien positif atau searah terhadap Nilai Perusahaan. Sebagai konsekuensinya, H5 ditolak yang berarti bahwa aset takberwujud tidak berkontribusi dalam pembentukan nilai perusahaan.	Menggunakan Asset Tidak Berwujud atau Tangibility Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian ini berhipotesis bahwa aktivitas pemasaran, profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan aset tidak berwujud menentukan nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobins' q*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan barang konsumen diperoleh dari bursa efek Indonesia selama periode 2012-2014.
8	Kristie Onasis dan Robin (2016)	Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di BEI	Umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Umur perusahaan dengan nilai sig. 0,000 dan beta -0,003 menandakan bahwa variabel tersebut berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan umur perusahaan sebesar satu akan mengurangi nilai perusahaan sebesar 0,003.	Menggunakan Umur Perusahaan sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian dari tahun 2009 sampai dengan 2013

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
9	Andri Mandalika (2016)	Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif)	Hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat bahwa Struktur Aktiva (X1) signifikansi p-value = 0,184 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Haditolak dan menerima H0. Hal ini berarti bahwa Struktur Aktiva berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ditolak atau atau tidak terbukti.	Menggunakan Struktur Aktiva sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian ini membahas tentang hubungan antara struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dari 9 perusahaan sektor otomotif yang terdaftar di BEI
10	Imam Setijawan (2011)	Pengaruh Asset Tidak Berwujud terhadap Nilai Perusahaan	Nilai Aktiva tidak berwujud berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil pengolahan diperoleh hasil nilai probabilitasnya 0,000 yang lebih kecil dari α sebesar 5% . kesimpulannya aktiva tidak berwujud berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti.	Menggunakan Asset Tidak Berwujud atau Tangibility Asset sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penulis Peneliti terdahulu menggunakan metode regresi jamak (multiple regressions) dengan model Ordinary Least Square (OLS) dan menggunakan software Eviews 4

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
11	A.A Pt. Agung Mirah Purnama Sari dan Putu Agus Ardiana (2014)	Pengaruh Board Size Terhadap Nilai Perusahaan	board size ternyata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (didalam board size terdapat variabel umur perusahaan)	Menggunakan Umur Perusahaan sebagai Variabel X yang mempengaruhi Variabel Y Yaitu Nilai Perusahaan	Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia periode 2007 - 2011 dengan memilih jenis industri manufaktur.Teknik pengambilan sampel menggunakan metode stratified random sampling.

2.2 Kerangka Pemikiran

Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang berupa Umur Perusahaan dan Struktur Aktiva dan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan sebagai faktor penentu ingin tidaknya para investor untuk memberikan dana investasinya bagi perusahaan haruslah ditingkatkan karena nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan. Maka perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaannya agar para investor berkeinginan untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan salah satu faktornya yaitu Umur Perusahaan dan Struktur Aktiva.

Umur perusahaan ditunjukkan dengan seberapa lama perusahaan dapat bertahan, maka semakin lengkap pula informasi yang telah diperoleh masyarakat

tentang perusahaan tersebut serta item yang diungkapkan perusahaan semakin banyak dengan bertambahnya umur perusahaan dan pengalaman yang ada.

Perusahaan yang telah lama berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan baru. Sehingga perusahaan yang lama berdiri lebih menarik perhatian investor. Dapat diartikan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki informasi yang lebih luas dan lebih berpengalaman dalam pengungkapan laporan keuangan, sehingga perusahaan dapat tetap eksis dan tetap dapat bersaing dengan perusahaan yang umurnya masih muda.

Asset Tangibility yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai aset fisik yang besar, aset fisik yang besar telah dikelola dengan efisien sehingga meningkatkan laba yang lebih besar dan nantinya akan berdampak positif pada nilai perusahaan.

Asset Tangibility sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan harus diperhatikan oleh pimpinan perusahaan agar berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur aktiva harus direncanakan dengan baik oleh manajer keuangan karena dengan perencanaan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan itu tersendiri. Akan tetapi penambahan hutang akan memperbesar risiko perusahaan tetapi sekaligus juga memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Risiko yang makin tinggi akibat membesarnya hutang cenderung menurunkan harga

saham, tetapi meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan akan menaikkan harga saham tersebut yang menaikkan nilai perusahaan itu sendiri.

2.2.1 Hubungan Umur Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Menurut Penelitian **Rodrigo Leite and Andre Carvalhal (2016)** menunjukan adanya hubungan positif antara usia perusahaan dan nilai perusahaan hanya signifikan dan positif.

Namun pandangan lain berpendapat pada perusahaan yang lebih tua perusahaan menjadi kaku, kehilangan daya saing, pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan menjadi usang dan membawa penurunan nilai perusahan. Hasil serupa diutarakan oleh **Loderer dan Waelchli (2009)** bahwa pada perusahaan yang lebih tua memiliki margin yang lebih rendah, biaya yang lebih tinggi, pertumbuhan lambat, aset yang lebih tua, dan mengurangi kegiatan investasi R&D.

Namun dengan perusahaan yang telah lama berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan baru. Sehingga perusahaan yang lama berdiri lebih menarik perhatian investor **(Zen dan Herman, 2007**).Namun hasil penelitian **Loderer dan Waelchli (2009)** menemukan bahwa perusahaan yang lama berdiri mengalami pertumbuhan yang lambat sehingga investor tidak tertarik berinvestasi dan membuat nilai nilai perusahaan menurun.

2.2.2 Hubungan Struktur Aktiva dengan Nilai Perusahaan

Menurut penelitian **Rindu Rika Gamayuni (2015)**, Hasil penelitian menunjukkan Struktur Aktiva (Aset tidak berwujud) memiliki nilai positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Struktur aktiva menggambarkan sebagian jumlah aset yang dapat dijadikan jaminan. **Brigham and Ehrhardt (2010)** menyatakan bahwa secara umum perusahaan yang memiliki jaminan terhadap hutang akan lebih mudah mendapatkan hutang daripada perusahaan yang tidak memiliki jaminan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya **(Sujoko dan Soebiantoro, 2007).** Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

2.2.4 Hubungan Umur Perusahaan dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan

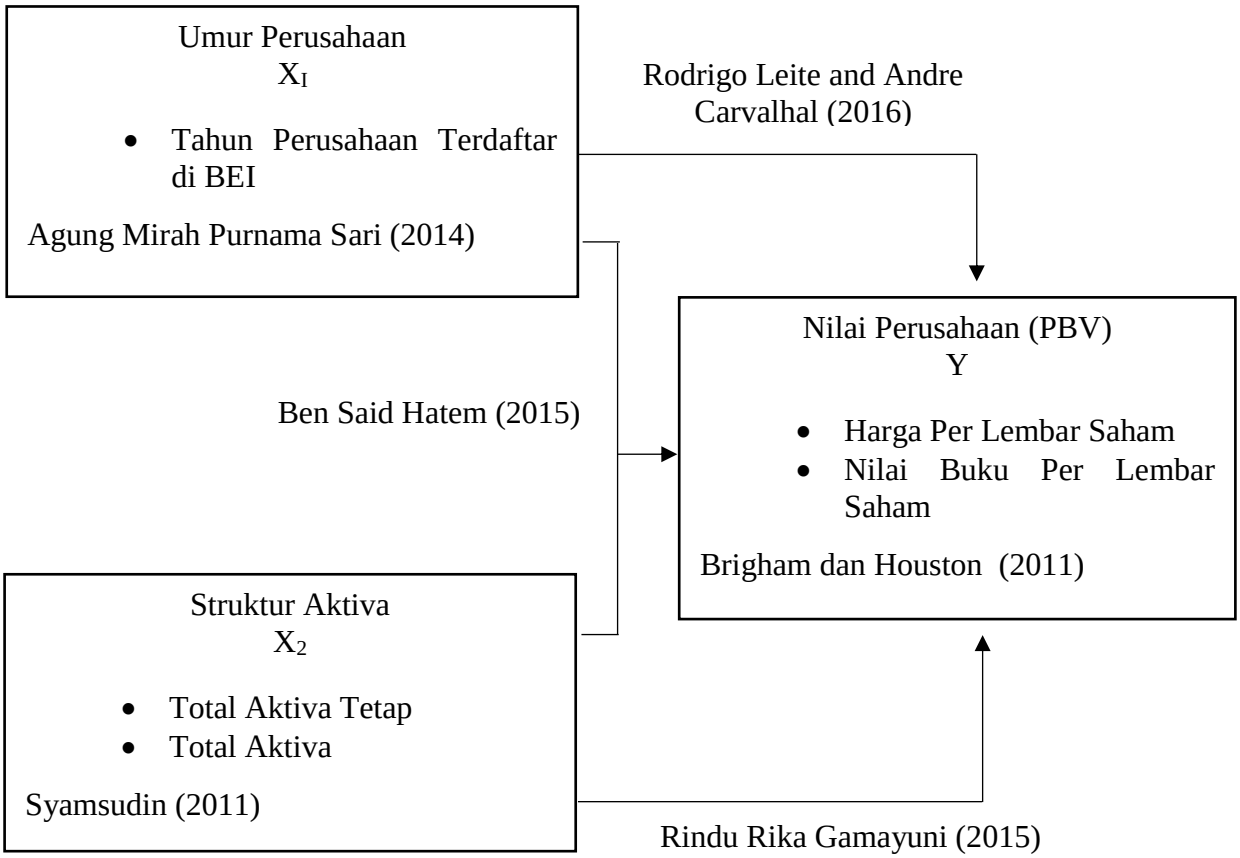
Menurut Penelitian **Ben Said Hatem (2015)** menunjukkan bahwa secara simultan Umur perusahaan dan Asset Tangibility secara Positif dan signifikan mempengaruhi nilai perusahaan.

Umur Perusahaan yaitu merupakan lamanya perusahaan itu berdiri. Seiring waktu, perusahaan belajar untuk semakin baik dan lebih efisien serta memiliki keunggulan kompetitif dalam inti bisnisnya dan mendorong keberhasilan dan

kemakmuran organisasi. Umur perusahaan sangat bergantung pada lama tidaknya perusahaan yang juga berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Struktur Aktiva merupakan rasio antara aktiva tetap dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Aset Tangibility yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai aset fisik yang besar, aset fisik yang besar telah dikelola dengan efisien sehingga meningkatkan laba yang lebih besar yang menimbulkan naiknya nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diuji adalah hipotesis penelitian yang berkaitan dengan pengaruh Umur Perusahaan dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perdagangan Jasa Sub Sektor Advertising, Printing Dan Media yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

H_1 : Terdapat pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perdagangan Jasa Sub Sektor Advertising, Printing Dan Media yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

H_2 : Terdapat pengaruh Struktur Aktiva terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perdagangan Jasa Sub Sektor Advertising, Printing Dan Media yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

H_3 : Terdapat pengaruh Umur Perusahaan dan Struktur Aktiva terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perdagangan Jasa Sub Sektor Advertising, Printing Dan Media yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.