

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Agency Theory*

Jensen & Meckling menuturkan bahwa dalam *Agency Theory* memiliki kepentingan yang berlainan antara pemilik dan manajemen. Prinsip utama dalam teori ini, yakni ada adanya relasi antara pihak *principal*, yakni pemilik (pesero) dengan pihak *agent*, yakni *manager* (oknum yang diberi wewenang oleh para pesero). Dalam hal ini *Principal* menginginkan *return* yang semaksimal mungkin dan secepatnya atas kinerja *agent*. Sebagai tanggung jawab manajer yang telah diberi wewenang oleh pesero, maka manajer akan memaklumkan kinerja yang telah diraihinya melalui laporan keuangan.

Secara garis besarnya, ada dua macam wujud hubungan keagenan, yakni antara pesero (*shareholders*) dengan *manager* dan antara pihak memberikan pinjaman (*bondholders*) dengan manajer. Hubungan ini dapat berjalan baik jika pihak *principal* memberikan otoritas pada *agent* dan hubungan itu perlu dalam suatu kontrak yang dituangkan dalam laporan keuangan sebagai dasarnya. *Agency Theory* bisa dipakai oleh manajemen dalam pengungkapan laporan keuangan lewat perilaku yang dilandasi oleh dua motivasi, yakni :

- a. Motivasi *Opportunistic*
Pada motivasi ini manajemen akan cenderung memakai kebijakan *aggressive accounting*.
- b. Motivasi *Signaling*
Pada motivasi ini, manajemen cenderung mengatur yang lebih mengarah pada laba dengan memperbaiki kapabilitas laporan keuangan lewat sejumlah angka akuntansi perihal kapabilitas laba.

Manajemen melakukan peningkatan kapabilitas laba agar bahwa manajer bisa terpuaskan atas kompensasi yang diterima dengan adanya jaminan kompensasi jangka panjang. Kebijakan ini dilakukan untuk menjaga stabilitas laporan keuangan dari masa ke masa dengan harapan bahwa kinerja perusahaan dipandang dapat berkesinambungan. Semakin

banyaknya investasi oleh pelaku bursa pada suatu perusahaan, akan mempertinggi transaksi volume perniagaan yang berimbang pada melambungnya nilai saham. Akhirnya, melambungnya harga saham akan mempertinggi nilai perusahaan.¹

2. Teori Signaling

Teori sinyal (*signalling theory*) merupakan salah satu teori dasar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal bisa dimaknai sebagai isyarat yang diberikan oleh perusahaan kepada para investor. Sinyal tersebut dapat berwujud dalam bermacam-macam bentuk, baik yang bisa langsung diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan lebih mendalam untuk bisa mengetahuinya.²

Di dalam sebuah ilmu ekonomi dan keuangan teori sinyal digunakan untuk memperhitungkan kenyataan jika pada umumnya orang dalam (*insiders*) perusahaan mempunyai informasi yang lebih baik dan lebih cepat jika dibandingkan dengan investor di luar. Oleh sebab itu sebagai pengelola, manajer memiliki kewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor melalui laporan keuangan. motivasi para manajer memberikan berkewajiban memberikan sinyal ialah untuk mengharapkan *profit*, apabila sinyal dipercaya oleh investor, maka hal ini dapat menaikkan harga saham.³

Sinyal positif dapat diberikan berupa laporan keuangan yang baik kepada pihak eksternal. Informasi yang dapat diberikan perusahaan ialah mengenai modal kerja serta rasio-rasio keuangan. Pihak eksternal dapat lebih yakin dengan pemberian informasi-informasi ini. Untuk laba yang disajikan oleh perusahaan dalam laporan keuangannya adalah murni berupa hasil kinerja dari perusahaan tersebut bukan

¹ Silvia Indrarini, "Nilai Perusahaan Lewat Kapabilitas Laba (*Good Governance* dan Kebijakan Perusahaan), 12 - 13

² Fenty Fauziah, *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen, Dan Nilai Perusahaan Teori Dan Kajian Empiris*, (Samarinda: Pustaka Horizon), 11.

³ Aan Marlinah, "Pengaruh Kebijakan Modal Kerja Dan Faktor Lainnya Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur", *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 16 No. 2 (2014), 105.

merupakan laba yang direkayasa oleh pihak perusahaan demi memberikan sinyal positif bagi pihak eksternal.⁴

3. Pasar Modal

a. Pengetian pasar modal

Pasar modal atau yang biasa disebut (*capital market*) adalah *market* yang diperuntukan ragam instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diniagakan, entah tersebut bentuk utang ataupun modal sendiri.⁵ Pasar modal dapat dikatakan pasar abstrak, di mana yang diperjualbelikan adalah dana-dana jangka panjang, yaitu dana yang keterikatannya dalam investasi lebih dari satu tahun. Pada dasarnya pasar modal mirip dengan pasar-pasar lain. Untuk setiap pembeli yang berhasil, selalu harus ada penjual yang berhasil. Jika orang yang ingin membeli jumlahnya lebih banyak daripada yang ingin menjual, harga akan menjadi lebih tinggi, bila tidak ada seorangpun yang membeli dan banyak yang mau menjual, harga akan jatuh.⁶

Pasar modal, dalam pengertian klasik diartikan sebagai suatu bidang usaha surat-surat berharga seperti saham, sertifikat saham, dan obligasi atau efek-efek pada umumnya. Pengertian pasar modal sebagaimana pasar pada umumnya, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Motif utamanya terletak pada masalah kebutuhan modal bagi perusahaan yang ingin memajukan usaha dengan menjual sahamnya pada pemilik uang atau investor baik golongan maupun lembaga usaha.⁷

Capital market yakni perkara yang berhubungan dengan negosiasi umum dan transaksi efek atau *corporate* publik yang berhubungan dengan efek yang

⁴ Aan Marlinah, "Pengaruh Kebijakan Modal Kerja Dan Faktor Lainnya Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur", 105

⁵ Tjiptono Darmadji, Dan Hendy M. Fakhruddin, *Pasar Modal Di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, Hlm. 1.

⁶ Sawidji Widoatmodjo, *Cara Sehat Investasi Pasar Modal Pengantar Menjadi Investor Profesional*, (Gramedia, Jakarta, 2005, Hlm. 15.

⁷ Ana Rokhmatussa'dyah, Dan Suratman, *Hukum Investasi Dan Pasar Modal*, Sinar Grafika, Jakarta, 2015, Hlm. 166.

dirilisnya atau devsi profesi yang melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu, pasar modal merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli modal/dana.

Dengan demikian, tujuan pasar modal adalah mempercepat proses ikut sertanya masyarakat dalam pemilikan saham menuju pemerataan pendapatan masyarakat serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengerahan dana dan penggunaannya secara produktif untuk pembiayaan pembangunan nasional, sedangkan efek yakni *commercial paper* yang berupa *blanket lien*, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, bukti *right (right issue)*, waran (*warrant*).⁸

4. Kualitas Promosi

a. Pengertian Kualitas Promosi

Kegiatan usaha secara umum merupakan penyedia barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba. (Bertens 2013:161) memaparkan laba terjadi karena sistem pertukaran uang. Dalam pasar ekonomi, laba ialah bagian dari kegiatan tukar-menukar tersebut sehingga kita dapat mendapatkan manfaat dari prosesnya untuk kepentingan pribadi. Pada dasarnya, kegiatan usaha terdiri pengolahan *input* menjadi *output*. Dalam perusahaan dagang, benda input dan benda output nya sama saja, yakni barang jadi, sedangkan perusahaan pabrikaan mengkonversikan benda *input* (bahan baku) menjadi benda *output* (barang jadi), proses tersebut disebut proses produksi dinyatakan oleh (Soemarso 2018:89).

Untuk memasarkan suatu produk, baik perusahaan dagang maupun manufaktur mereka memerlukan salah satu komponen untuk produk mereka di kenal masyarakat atau para konsumennya, yaitu dengan biaya iklan dan promosi. Salah satu faktor kemajuan perusahaan (Kim dan Joo 2013) menerangkan jika investasi yang dilakukan dalam penjualan menggunakan

⁸ Ana Rokhmatussa'dyah, Dan Suratman, Hukum Investasi Dan Pasar Modal, 167.

marketing expense atau Kualitas Promosi. Penelitian ini Kualitas Promosi di ukur dengan ME (*Market Expense*).⁹

Menurut Mursyidi definisi kualitas adalah tingkat baik atau buruknya, mutu, taraf atau derajat sesuatu. Dalam hal ini, kata “sesuatu” dapat mewakili banyak hal, baik itu sebuah barang, jasa, keadaan, maupun hal lainnya.¹⁰

Menurut Muslichah (2010), Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar pada sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹¹

b. Pengaruh Kualitas Promosi terhadap laba bersih (NPM)

Kualitas Promosi dapat di artikan sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi untuk menaikkan profit *corporate*. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan

⁹ Muthia Berliana Dan Gusganda Suria Manda, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Pendapatan Bersih Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Tahun 2015-2019”, *Journal Of Business And Economics Research* (Jbe), Vol 2, No 1 (2021), 1.

¹⁰ Nurlaelah, Sahrul Falah, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (Npm) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)”, *The Asia Pasific Journal Of Management Studies*, Vol. 4, No. 3, (2017), 138.

¹¹ Onny Fitriana Sitoris, Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, 7.

meningkatkan tingkat laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan serta usaha menguasai pasar.

Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan sehingga apabila seringkali perusahaan melakukan promosi, tentu penjualan perusahaan akan meningkat dan diikuti dengan laba yang diperoleh perusahaan mengalami peningkatan.¹²

Net Profit Margin (NPM) yakni suatu alat hitung yang berfungsi untuk mengukur kemampuan suatu *Corporate* dalam mendapatkan laba bersih melalui pendapatan, melalui cara menilai *net profit* setelah pajak dengan *net sales*.

Arah utama *corporate* yakni untuk mendapatkan keuntungan atau *Net Profit Margin* (keuntungan bersih setelah pajak), maka bertambah banyak *Net Profit Margin* suatu perusahaan sehingga operasional *corporate* akan menjadi semakin bermanfaat, maka dari itu menyebabkan meningkatnya rasa *trust* investor dalam memikirkan untuk menanamkan modalnya terhadap *corporate* tersebut. Serta alat hitung ini menunjukkan seberapa tinggi presentasi *net profit* yang didapatkan dari setiap *selling*.¹³

5. Pandangan islam perihal Kualitas Promosi

Pemasaran atau promosi dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam

¹² Felicia, Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia", Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix, Vol. 1 No. 1, (2018), 3.

¹³ Nurlaelah, Sahrul Falah, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (NPM) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", 138.

segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syari'ah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam syari'ah marketing, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan-penyimpangan prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran, maka diperbolehkan.terkait bisnis dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

”Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁴

Berdasarkan ayat diatas dapat dijelaskan, bahwa menurut penafsiran Quraish Shihab ayat diatas menekankan adanya kerelaan diantara kedua belah pihak atau diistilahkan dengan antaradhin minkum, walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi dilubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat dilihat. Ijab qabul, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima, adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.

Hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan syari'at yang mengikat, serta sanksi yang menanti, merupakan tiga hal yang selalu berkaitan dengan bisnis. Diatas ketiga hal tersebut ada etika yang mengharuskan atau menjadikan pelaku bisnis tidak sekedar menuntut keuntungan materi saja, tetapi melampauinya hingga tuntutan Al-Qur'an „mereka

¹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, Mushaf Al-Qur'an Terjemah (Bandung: CV. Insan Kamil, 2009), 83

mengutamakan orang lain atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka memerlukan apa yang mereka berikan itu.¹⁵

6. Kinerja Keuangan

a. Pengertian kinerja keuangan

Kinerja keuangan yakni suatu alat untuk mengukur sejauh mana *corporate* sudah menjalankan menggunakan *rules* aktualisasi keuangan secara benar dan baik. Kinerja yakni konklusi dari sebuah evaluasi terhadap operasional yang telah dilakukan, hasil pekerjaan tersebut dibandingkan oleh standar yang sudah ditetapkan bersama. Setiap pekerjaan yang sudah selesai dilakukan memerlukan penilaian atau pengukuran secara periodik.¹⁶

7. Pandangan Islam Perihal Kinerja Keuangan

Investasi dan bisnis dalam Islam merupakan sesuatu yang disarankan, tetapi investasi yang diperbolehkan bukan berarti menggunakan cara yang tidak benar, menimbun kekayaan bahkan bebas melakukan tindakan untuk memperkaya diri. Berbisnis dalam Islam harus dilandasi dengan norma, etika serta moral yang sesuai dengan konsep ekonomi Islam¹⁷, dalam W.S. Al-Hasyr ayat 7 menjelaskan:

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً ۗ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ

Artinya:

“... agar (kekayaan) tidak menumpuk ditangan orang-orang yang kaya diantara kamu...” (Qs. Al-Hasyr ayat 7)¹⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa terdapat penekanan untuk membagikan keuntungan yang seimbang (adil) serta membutuhkan peran aktif dari berbagai pihak yang ikut

¹⁵ M. Quraish Shihab, Tafsir al-Misbah, (Jakarta: Vol 2, Lentera Hati), 393

¹⁶ Francis Hutabarat, , (Jakarta, Desanta Muliavisitama; 2020), 2-3.

¹⁷ Taufik Hidayat, Buku Pintar Investasi Syariah, (Jakarta Selatan : TransMedia, 2011), 24

¹⁸ Al-Qur'an Surah Al-Hasyr ayat 7, Al-, Aliyy Al-Quran dan Terjemahnya (Bandung : Diponegoro, 2005), 436.

bekerjasama untuk menutupi kekurangan dan menunjang kebutuhan serta dibutuhkan sikap saling tolong menolong perilaku tersebut sesuai dengan konsep kehidupan ekonomi dalam Islam.

8. Analisis Rasio

a. Definisi Analisis Rasio

Analisis rasio yakni analisis yang dilaksanakan dengan korelasi beragam asumsi yang ada di *Annual report* dalam wujud rasio keuangan. Analisis tersebut dapat memberikan informasi korelasi yang penting antar perkiraan *Annual report* dan dapat dipakai sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan.¹⁹ Analisa rasio memiliki keunggulan dibanding teknik analisa lainnya. Keunggulan tersebut adalah:

- 1) Rasio adalah angka-angka atau kesimpulan statistik yang lebih muda dibaca dan ditafsirkan.
- 2) Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang sangat rinci dan rumit.
- 3) Mengetahui posisi perusahaan di tengah industri lain.
- 4) Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi model-model pengambilan keputusan dan model prediksi (*Z-score*).
- 5) Menstandarisasi *size* perusahaan.
- 6) Lebih mudah membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik atau "*time series*".
- 7) Lebih mudah melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi di masa yang akan datang.

9. Keterbatasan Analisis Rasio

Disamping keunggulan yang dimiliki analisa rasio ini, teknik ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang harus

¹⁹ Albertha W. Hutapea Dkk, 25 Albertha W. Hutapea, Ivonne S. Saerang, Dan Joy E. Tulung, "Pengaruh Return On Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Total Assets Tunover Terhadap Harga Saham Industri Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia", Jurnal Emba, Volume 5 Nomor 2, 2017, 541

didasari sewaktu penggunaannya agar tidak salah dalam penggunaannya. Adapun analisa rasio tersebut adalah:

- a. Kesulitan dalam memilih rasio yang tepat yang dapat digunakan untuk kepentingan pemakainya.
- b. Keterbatasan yang dimiliki akuntansi atau laporan keuangan juga menjadi keterbatasan teknik, seperti:
 - 1) Bahan perhitungan rasio atau laporan keuangan itu banyak mengandung taksiran dan *judgment* yang dapat dinilai bias atau subjektif.
 - 2) Nilai yang terkandung dalam laporan keuangan dan rasio adalah nilai perolehan (*cost*) bukan harga pasar.
 - 3) Klasifikasi dalam laporan keuangan bisa berdampak pada angka rasio.
 - 4) Metode pencatatan yang tergambar dalam standar akuntansi bisa diterapkan berbeda oleh perusahaan yang berbeda.
- c. Jika data untuk menghitung rasio tidak tersedia maka akan menimbulkan kesulitan menghitung rasio.
- d. Sulit jika data yang tersedia tidak sinkron.
- e. Jika dua perusahaan dibandingkan bisa saja teknik dan standar akuntansi yang dipakai tidak sama. Oleh karenanya jika dilakukan perbandingan bisa menimbulkan kesalahan.²⁰

10. Jenis jenis Rasio Keuangan

Beragam alat ukur keuangan yang bisa digunakan untuk mengkaji kinerja manajemen beragam. Penggunaan masing-masing rasio tergantung kebutuhan perusahaan, maknanya ada kalanya semua rasio tidak digunakan. Dalam praktiknya terdapat beberapa macam jenis rasio untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Masing rasio yang dipakai akan memberi arti tertentu tentang posisi yang diinginkan. Berikut jenis-jenis rasio keuangan:.

a. Rasio Likuiditas

Fred Weston sebagaimana dikutip oleh Kasmir, menyimpulkan rasio likuiditas (*liquidity ratio*) yakni alat ukur yang mepresentasikan kesanggupan *corporate* dalam

²⁰ Kasmir, Manajemen Perbankan, Pt Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2002, Hlm. 298-299.

melengkapi kewajiban (utang) jangka pendek. maknanya jika *corporate* diminta, maka akan dapat untuk memenuhi hutang tersebut terutama utang yang telah jatuh tempo.

b. Rasio Solvabilitas (*Leverage*)

lverage ratio, yakni alat ukur yang dipakai untuk mempresentasikan sejauh mana modal *corporate* dipenuhi menggunakan utang. maknanya, berapa banyak beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya. Dalam artian disebutkan rasio solvabilitas dipakai sebagai alat ukur kesanggupan *corporate* untuk melunasi semua kewajiban baik janka pendek ataupun jangka panjang apabila *corporate* dibubarkan (dilikuidasi).

c. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas (*activity ratio*), yakni alat ukur yang dipakai untuk mengukur efisiensi dalam memakai modal yang dipunya. Atau boleh disebut alat ukur ini dipakai untuk mengukur tingkat efektivitas pemanfaatan sumber daya *corporate*. Rasio aktivitas juga dipakai untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari.

d. Rasio Pertumbuhan

Rasio pertumbuhan (*Growth Ratio*), yakni metrik yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi keuangannya di tengah pertumbuhan ekonomian dan industrinya.

e. Rasio Penilaian

Rasio penilaian (*Valuation Ratio*), yakni alat ukur yang memberikan presentase kesanggupan manajemen memberikan nilai pasar usahanya di atas biaya investasi, seperti:

- 1) Rasio harga saham terhadap pendapatan.
- 2) Rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku.

f. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas yakni alat ukur untuk menghitung kesanggupan *corporate* dalam mendapatkan laba. Alat ukur ini juga memberikan presentase tingkat efisiensi manajemen perusahaan. Hal ini diperlihatkan

olehkeuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.²¹

Profitabilitas adalah salah satu indikator keberhasilan *corporate* dalam menghasilkan keuntungan, maka semakin besar profitabilitasnya maka kemampuan *corporate* untuk memberikan profit bagi perusahaannya itu semakin baik.²² Rasio profitabilitas juga mempresentasikan kemampuan *corporate* dalam memperoleh keuntungan melalui semua kesanggupan dan sumber daya yang dimiliki seperti kegiatan transaksi, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain sebagainya.²³

Rasio Profitabilitas juga bisa disebut dengan rasio efisiensi. Rasio ini biasanya digunakan oleh perusahaan untuk melakukan pengukuran seberapa efisiensi penggunaan aktiva perusahaan. Rasio ini juga digunakan perusahaan untuk mengambil keuntungan yang relatif tinggi dan ada juga yang relatif rendah.²⁴

Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan mampu menanggung biaya yang lebih tinggi untuk mengungkapkan informasi yang luas pada laporan pertanggung jawaban sosial. Profitabilitas biasanya identik dengan kinerja ekonomi disuatu perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi maka mampu mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya secara luas dengan tujuan untuk memikat investor diluar untuk menginvestasikan dananya pada suatu *Corporate*. Profitabilitas yang berada di atas rata - rata juga mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka

²¹ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Prenada Media Group, Jakarta, Cetakan 2, 2010, Hlm. 110-116.

²² Irham Fahmi, *Analisis Kinerja Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2014).

²³ Harahap S.S, *Analisis Kritis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Press, 2010).

²⁴ Aditya Achmad Fathony Dan Hanalia Rizqi Agustina, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Pemiayaan Masyarakat Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Al Ihsan Periode 2012-2016", *Jurnal Ilmiah Akutansi* 9, Vol. 9, No. 2 (2018): 30.

dan apabila perusahaan memiliki profit yang begitu tinggi maka mempunyai kekuasaan yang penuh untuk menerapkan suatu kebijakan.²⁵

Ada beragam rasio profitabilitas yang dapat dipakai sebagai alat mengatur nilai profitabilitas perusahaan .menggunakan jenis rasio profitabilitas tertentu untuk mengamati serta mencari tolak ukur posisi keuangan perusahaan dalam beberapa periode tertentu atau untuk beberapa periode.²⁶

Corporate harus bisa mengakumulasi kinerjanya sesuai seperti rasio yang mempunyai korelasi dengan total aktiva, volume penjualan dan modal pribadi dalam mengakumulasi rasio profitabilitas tersebut. Berikut adalah beragam rasio profitabilitas:

1) *Return on Asset* (ROA)

Return on asset merupakan salah satu bagian rasio profitabilitas. ROA adalah sebuah rasio yang bisa mempresentasikan kemampuan *corporate* dalam mengatur keuangana. Dalam menentukan suatu tingkat kesehatan dari bank , Bank Indonesia lebih mementingkan penilaian besarnya laba yang didasarkan pada ROA . Hal ini dikarenakan Bank Indonesia lebih memprioritaskan profitabilitas pada suatu bank yang diukur menggunakan aset yang sebagian besar dananya dapat berasal dari simpanan masyarakat kepada *corporate*.²⁷ Berikut adalah kriteria peringkat ROA :

Tabel 2.1
Kriteria Penetapan Peringkat (ROA)

| Peringkat | Keterangan | Kriteria |
|-----------|--------------|--------------------|
| 1 | Sangat Sehat | ROA > 1,5 % |
| 2 | Sehat | 1,25% < ROA < 1,5% |

²⁵ Imam Gozali Anis Chairiri, *Teori Akutansi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007).

²⁶ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Kencana, 2010)

²⁷ Eko Sudarmanto, Dkk, *Manajemen Risiko Perbankan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 35.

| | | |
|---|--------------|---------------------------|
| 3 | Cukup Sehat | $0,5\% < ROA \leq 1,25\%$ |
| 4 | Kurang Sehat | $0\% < ROA \leq 0,5\%$ |
| 5 | Tidak Sehat | $ROA \leq 0\%$ |

ROA yakni alat ukur yang sangat vital untuk mengukur efektivitas dari alokasi sumber dana di suatu *corporate*. Para investor dalam memberikan keputusan tentang investasi harus menganalisa beragam pilihan sebelum menjalankan investasi. Dengan demikian para investor harus mengetahui dengan baik biaya serta manfaat yang terkait dengan investasi. ROA akan mempresentasikan seberapa untung *corporate* terhadap total aset yang dimiliki dengan maksud akan menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi *return* semakin efisien pula manajemen perusahaan dalam memanfaatkan basis asetnya. Untuk mengukur nilai ROA bisa menggunakan satuan rumus berikut:²⁸

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aktiva}$$

2) *Gross Profit Margin*

Margin laba kotor dapat menunjukkan persentase antara laba kotor yang dihasilkan oleh bisnis dan penjualan bisnis. Rasio ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai *gross profit margin ratio* maka semakin baik keadaan perusahaan terkait dengan sistem operasionalnya. hal ini berarti nilai harga jual perusahaan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga pokok penjualan perusahaan begitu pula sebaliknya..²⁹ Untuk menghitung rasio ini bisa memakai rumus berikut :

$$Gross\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Bruto}{Penjualan}$$

²⁸ Lailatus Sa’adah, *Manajemen Keuangan*, (Jombang: Lpmm Universitas Kh. S. Wahab Hasbullah, 2020), 40.

²⁹ Sukmawati Sukamulja, *Manajemen Keuangan Korporat*, (Yogyakarta; Andi, 2021), 76.

3) *Net Profit Margin*

Net profit margin dapat menunjukkan laba bersih perusahaan dibandingkan dengan penjualan perusahaan. Rasio margin laba bersih yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang baik.³⁰ Rasio *net profit margin* ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

4) *Operating Profit Margin*

Margin laba usaha ini dapat mewakili "margin laba bersih" yang diperoleh dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Margin laba usaha ini juga bisa disebut 'murni', artinya jumlah rupiah adalah penjumlahan dari nilai sebenarnya. Itu berasal dari hasil operasi perusahaan tanpa memperhitungkan kewajiban keuangan lainnya seperti membayar pajak dan bunga. Rasio ini dapat diartikan menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio maka semakin baik kondisi bisnis perusahaan.³¹ Untuk menghitung rasio ini dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Operating Profit Margin}}{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}} = \frac{\text{Profit Margin}}{\text{Penjualan}}$$

5) *Return On Equity*

Return on equity akan menentukan seberapa jauh perusahaan dalam mengatur modal secara sendiri dan efisien serta efektif, serta menghitung seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari investasi yang dilakukan oleh pemilik aktiva perusahaan investor dari *Corporate* tersebut. Semakin tinggi dari nilai ROE ini dapat menginterpretasikan bahwa perusahaan akan dianggap mampu mengelola

³⁰ Hermaya Ompusunggu Dan Sunarto Wage, *Manajemen Keuangan* (Batam: Batam Publisher, 2021), 40.

³¹ Evan Hamzah Muchtar, *Corporate Governance: Konsep Dan Implementasinya Pada Emiten Saham Syariah* (Indramayu: Cv. Adanu Abimata, 2021), 89.

ekuitasnya dalam menghasilkan laba perusahaan.
Rumus untuk menghitung rasio ini adalah berikut:

$$\frac{\text{Return On Equity}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}} = \text{Modal Sendiri}$$

Jenis rasio daya laba yang akan digunakan dalam pengujian ini ialah *net profit margin* (NPM) dan *return on asset* (ROA). *Net profit margin ratio* (NPM) merupakan sebuah rasio yang menghitung kemampuan sebuah bisnis dalam mengonversi penjualan menjadi laba. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga berfungsi untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. ROA juga sering dipakai untuk menilai kinerja bank secara umum. Makin besar NPM & ROA yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin efisien pula kemampuan perusahaan mengkonversi penjualan menjadi laba dan penggunaan aktiva yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan peningkatan laba.³²

11. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai

Perusahaan diharapkan mampu memberikan suatu nilai untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Nilai ialah karakteristik kinerja, fitur dan atribut atau aspek lain dari barang maupun jasa sehingga pelanggan bersedia untuk memberikan sebuah harga pada barang ataupun harga yang akan diterima. Nilai yang diberikan pada pelanggan lewat transformasi bahan baku dan sumber daya lainnya ke sejumlah produk atau layanan yang diperlukan oleh pelanggan.

Nilai yang akan diterima oleh pesero terkait dengan nilai perusahaan kesemuanya dipakai untuk menaksirkan nilai perusahaan, dapat memakai:

³² Kasmir, Pengantar Manajemen.

- 1) Model pertumbuhan deviden yang dipakai pada perusahaan secara konstan membagi deviden pada para persero.
- 2) Model penilaian perusahaan yang dapat dipakai pada perusahaan yang baru berdiri dan pada perusahaan yang mengeluarkan dividen maupun tidak tergantung kebutuhan.³³

Ada sejumlah konsep nilai perihal nilai perusahaan, yakni diantaranya :

1) Nilai Buku

Nilai buku perusahaan (*book value of firm*) ialah nilai perusahaan yang ditentukan berlandaskan mekanisme dari catatan pembukuan atau laporan keuangan. Nilai buku total perusahaan (*total book value of firm*) ialah nilai perusahaan berlandaskan nilai buku dari semua asset perusahaan. Nilai buku bersih perusahaan (*net book value of firm*) ialah nilai perusahaan yang berasal dari nilai buku semua asset perusahaan setelah dikurangi dengan nilai buku semua kewajiban atau utang pada perusahaan.

2) Nilai pasar *Corporate*

skor pasar perusahaan ialah skor perusahaan yang ditentukan atau dilahirkan dari mekanisme pasar , yakni adanya tarik menarik antara permintaan dan penawaran. Nilai pasar perusahaan memakai konsep nilai pasar total perusahaan (*total market value of firm*) dan nilai pasar bersih perusahaan (*net market value of firm*).

3) Nilai Intrinsik Perusahaan

Nilai intrinsik perusahaan ialah nilai yang diprediksi berlandaskan sejumlah model teoritik yang diharapkan dan dipakai sebagai ukuran nilai wajar perusahaan.³⁴

³³ Sumiati & Nur Khusniyah Indrawati, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Malang : UB Press, 2019), 143 – 144.

³⁴ Bambang Sugeng, *Manajemen Keuangan Fundamental*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2017) 10 - 13

b. Pengertian Perusahaan

Perusahaan ialah suatu aktivitas yang dijalankan dengan Berkesinambungan dengan maksud untuk mencari surplus. Aktivitas itu memerlukan suatu tempat dalam mengelola bisnis itu. Tempat itu ialah badan usaha atau organisasi perusahaan (*business organization*).³⁵ Raymond E. Gos menuturkan perusahaan dimaknai sebagai sebuah organisasi yang memproses transformasi keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang dan atau jasa yang ditunjukkan bagi pemuasan kebutuhan para pembeli, dan diharapkan akan memberikan laba bagi para pemiliknya.

Konsep perusahaan ialah konsep perihal lingkungan internal perusahaan. Elemen dari lingkungan internal perusahaan dapat dibagi atas fungsional perusahaan biasanya terbagi atas fungsional pemasaran, SDM, keuangan, produksi / operasi dan sistem maklumat manajemen. Sedangkan dari sisi tingkatan manajemen dapat dibagi atas manajemen tingkat atas, menengah dan tingkat bawah pada perusahaan.³⁶

Nilai perusahaan adalah ekspektasi pemegang saham pada *market*, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimumkan nilai perusahaan dan kekayaan pemegang saham merupakan tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* (Hermuningsih, 2013).³⁷

c. Pengertian Nilai Perusahaan

Noerirawan (2012) berpendapat bahwa Nilai Perusahaan adalah keadaan yang sudah dicapai oleh sebuah perusahaan sebagai catatan dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melewati suatu tahapan kegiatan selama beberapa tahun, yakni semenjak

³⁵ Zainal Asikin & L. Wira Pria Suhartana, *Pengantar Hukum Perusahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), 2.

³⁶ Husein Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 4

³⁷ Muhammad Teguh Akbar Kombih, "Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan", *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 1 No. 3, (2017), 283-284.

perusahaan tersebut dibangun sedemikian rupa sampai saat ini. Menurut Soebiantoro (2007) Nilai perusahaan ialah penilaian investor pada tingkat kesuksesan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Menurut Sihombing (2020) Nilai perusahaan ialah harga dari sebuah perusahaan jika perusahaan itu akan dijual.³⁸

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena secara otomatis juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang juga merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan juga prospek perusahaan di masa depan.³⁹

Menurut Dewi, Yuniarta dan Atmadja nilai perusahaan memuat perihal interpretasi situasi perusahaan yang memicu sejumlah efek pada pandangan investor pada perusahaan sehingga tiap-tiap pemilik perusahaan akan berusaha menunjukkan kinerja yang baik sehingga calon investor tertarik dan menanamkan modal. Menurut Kusumajaya, nilai perusahaan berfungsi utama untuk dijadikan sebagai tolak ukur investor atau pelanggan pada kinerja bisnis suatu perusahaan. Adapun fungsi relevan nilai perusahaan ialah diantaranya :

- 1) Mempertinggi harga saham
- 2) Mempertinggi kesejahteraan pesero
- 3) Menjadi tolak ukur atas kinerja manajer
- 4) Mendorong peningkatan kinerja perusahaan
- 5) Mempertegas okupsi pasar pada produk perusahaan
- 6) Membantu proyeksi surplus di masa mendatang.⁴⁰

Nilai perusahaan data diukur lewat nilai harga saham di pasar dan berlandaskan terciptanya harga

³⁸ Muhammad Rhamadan Setiawan, Neneng Susanti & Nugi Mohammad Nugraha, "Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi*, Vol 2 No 2 (2021) : 210 - 211

³⁹ Indawati, Anggun Anggraini, "Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan" *Jurnal Semarak*, Vol. 4 No. 2, (2021), 12.

⁴⁰ Endah Prawestu Ningrum, *Nilai Perusahaan Konsep Dan Aplikasi*, (Indramayu : CV Adanu Abimata,2020), 8 - 10

saham perusahaan di pasar, yang menjadi refleksi penilaian oleh publik pada kinerja perusahaan secara nyata dapat dikatakan secara nyata sebab terciptanya harga di pasar ialah bertemunya titik - titik kestabilan kekuatan permintaan dan dan titik - titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara nyata terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai ekuilibrium pasar. Sehubungan dengan hal itu dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan.

Desain model studi perihal konsep nilai perusahaan dapat dikembangkan lewat teori keagenan. Teori keagenan ialah hubungan antara pihak manajemen sebagai agen dan principal ialah sebagai antara pihak manajemen selaku para pesero. Rasionalitas model penelitian menunjukkan hubungan dan pengaruh antara sejumlah maklumat fundamental perusahaan yang merepresentasikan aktivitas operasional manajemen, untuk dinilai oleh para pesero atau para calon investor di pasar yang pada akhirnya akan tersampaikan pada nilai perusahaan lewat indikator perubahan perilaku harga saham di pasar.⁴¹

d. Pandangan Islam perihal perusahaan

Perusahaan yang telah mengimplementasikan aktivitasnya berlandaskan pada prinsip syariah atau berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist pada dasarnya menyadari bahwa semata - mata pekerjaan yang dijalankan untuk mengharapkan ridha dan karunia Allah SWT. Agar suatu pekerjaan bernilai ibadah maka pekerjaan yang dijalankan harus halal sehingga harta yang didapatkan ialah harta yang sah , yakni lewat cara yang halal. Bekerja ialah satu dari sekian pengamalan dari perintah dalam syariat islam untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT.⁴²

⁴¹ Husein Umar, Evaluasi Kinerja Perusahaan, 5 - 6

⁴² Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjakusuma, "Menggagas Bisnis Islami" (Jakarta : Gema Insani, 2008), 28 - 30.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.”

Pada ayat ini Allah menerangkan bahwa setelah selesai melakukan salat Jumat, umat Islam boleh bertebaran di muka bumi untuk melaksanakan urusan duniawi, dan berusaha mencari rezeki yang halal, sesudah menunaikan yang bermanfaat untuk akhirat. Hendaklah mengingat Allah sebanyak-banyaknya dalam mengerjakan usahanya dengan menghindarkan diri dari kecurangan, penyelewengan, dan lain-lainnya. Allah Maha Mengetahui segala sesuatu yang tersembunyi apalagi yang tampak nyata, sebagaimana firman Allah: Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata. Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana. (at-Tagabun/64: 18) Dengan demikian, tercapailah kebahagiaan dan keberuntungan di dunia dan di akhirat. Dianjurkan kepada siapa yang telah selesai salat Jumat membaca doa yang biasa dilakukan oleh Arrak bin Malik "Ya Allah! Sesungguhnya aku telah memenuhi panggilan-Mu, dan melaksanakan kewajiban kepada-Mu, dan bertebaran (di muka bumi) sebagaimana Engkau perintahkan kepadaku, maka anugerahkanlah kepadaku karunia-Mu. Engkaulah sebaik-baik Pemberi rezeki." (Riwayat Ibnu Abi hatim)⁴³

Maka dari itu, menurut pandangan islam, sudah seharusnya dalam suatu perusahaan menjalankan usahanya dengan prinsip syariah dengan maksud mengharapkan ridha Allah SWT dan untuk kebaikan bersama pada tiap-tiap pesero perusahaan.

⁴³ NU Online (<https://quran.nu.or.id/al-jumu'ah/10>) diakses pada tanggal 06 Desember 2022 pada jam 00.30.

B. Penelitian Terdahulu

Bersumber dari kajian serta kajian yang telah diuraikan diatas, kajian ini secara khusus akan mengkaji pengaruh Kualitas Promosi bisa dilihat dari rasio *Net Profit Margin* (NPM) dan Kineja Keuangan bisa dilihat dari *Return on Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property & Real Estate*. Untuk menghindari dari adanya plagiasi, maka penulis sertakan judul penelitian yang relevansinya dengan penulis, penelitian-penelitian ini sebagai pembandingan, diantaranya:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|---|--|--|---|
| 1 | Anisa Nauli Sinaga, DKK. ⁴⁴ | Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Rasio | X1= <i>Net Profit Margin</i> X2 = Kebijakan Divide X3 = Keputusan Investasi X4 = Rasio Hutan | <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdapat | Sama-sama menggunakan instrumen variabel <i>Net Profit Margin</i> serta sama menggunakan variabel dependen | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen kinerja keuangan dan juga pada penelitian ini tidak terdapat |

⁴⁴ Anisa Nauli Sinaga, DKK, “Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Rasio Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEP”, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vil. 3 No. 3, (2022), 1084.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------------------------|---|--|---|--|--|
| | | Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI | g Y= Nilai Perusahaan. | di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020. | terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | variabel independen kebijakan dividen, keputusan Investasi dan Rasio Hutang. Perbedaan pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |
| 2 | Abdul Chadjib Halik ⁴⁵ | Pengaruh ROA dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan | X1 = ROA X2 = NPM Y1 = Nilai Perusahaan. | ROA berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai | Sama-sama menggunakan variabel instrumen ROA dan NPM serta | Pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan objek perusahaan yang |

⁴⁵ Abdul Chadjib Halik, "Pengaruh Roa Dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt. Antam, Tbk", *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, Vol. 1, No. 1, (2018), 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|----------------------|----------------------|---|---|----------------------------------|
| | | pada PT. Antam, Tbk. | | perusahaan dan <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2006 - 2016. | sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | diteliti dan periode penelitian. |
| 3 | Indah Widyah Ningsih, DKK. ⁴⁶ | Pengaruh DER dan | X1 = DER X2 = NPM | NPM tidak berpengaruh | Sama-sama menggunakan | Pada penelitian terdahul |

⁴⁶ Indah Widyah Ningsih, DKK, "Pengaruh DER dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------------------|--|---|---|--|---|
| | | NPM Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar di BEI | Y1 = Nilai Perusahaan | signifikan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 - 2019. | variabel instrumen NPM serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan serta serupa menggunakan metode kuantitatif. | u tidak terdapat variabel independen kinerja keuangan, sementara pada penelitian ini tidak terdapat variabel DER serta perbedaan pada periode penelitian. |
| 4 | Rotua Desisari Pardede, DKK | Pengaruh Kebijakan Deviden, Net Profit Margin (Npm) | X1 = Kebijakan Deviden X2 = <i>Net Profit Margin</i> X3 = | Kebijakan Deviden, <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Dan <i>Current Ratio</i> Berpenga | Sama-Sama Menggunakan Variabel Instrumen Net Profit Margin Dan | Pada Penelitian Terdahul utidak Terdapat Variabel Independen Kinerja Keuangan |

BEI', *Research Journal pf Accounting Bussines Management (RJABM)*, Vol. 5 No. 2, (2021), 100.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|---|--|--|
| | | Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 | <i>Current Ratio</i> $Y =$ Nilai Perusahaan | ruh Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan Property & Real Estate 2012 – 2016. | Sama Menggunakan Variabel Dependen Terhadap Nilai Perusahaan, Dan Juga Serupa Menggunakan Metode Kuantitatif Serta Sama Dalam Menentukan Objek Penelitian. | n, Sementara Pada Penelitian Terdahulu Terdapat Variabel Kebijakan Deviden Dan <i>Current Ratio</i> Serta Perbedaan Pada periode Penelitian. |
| 5 | Putri Yuliana Tauke dan Sri Murni dan Joy E. Tulung (2017). | Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai | $X1 =$ Kinerja Keuangan $Y =$ Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen |

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|---|---|--|--|
| | 47 | Perusahaan <i>Real Estate And Property</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2015. | | terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan <i>Real Estate</i> yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012 - 2015 | an serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Independen Kualitas Promosi serta perbedaan pada objek penelitian. |
| 6 | Nory Apriyanti, Yanuar Bachtiar, dan Dahlia. 48 | Pengaruh <i>Corporate Governance, Growth Opportunity,</i> | X1 = <i>Corporate Governance</i> , X2 = <i>Growth Opportunity</i> | <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada | Sama-sama menggunakan variabel instrumen NPM serta sama menggu | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kinerja |

⁴⁷ Putri Yuliana Tauke Dan Sri Murni Dan Joy E. Tulung, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan *Real Estate And Property* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015", *Jurnal Emba*, Vol. 5 No. 2 (2017), 919.

⁴⁸ Nory Apriyanti, Yanuar Bachtiar, dan Dahlia, "Pengaruh Corporate Governance, Growth Opportunity, Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Manajemen dan Akutansi*, Vol. 19 No. 2, (2018), 61.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|---|--|--|--|
| | | Dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan <i>Go Public</i> Di Bursa Efek Indonesia) | X3 = <i>Net Profit Margin</i> Y = Nilai Perusahaan | Perusahaan <i>Go Public</i> yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016 | nakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | keuangan sementara pada penelitian ini tidak terdapat variabel <i>Corporate Governance</i> dan <i>Growth Opportunity</i> serta perbedaan pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |
| 7 | Yutisi Sianturi, Inge Lengga Sari Munthe, dan Tumpal | Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan <i>Net</i> | X1 = Pereputaran modal X2 = <i>Net profit Margin</i> | <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif terhadap Nilai | Sama-sama menggunakan variabel instrumen <i>Net Profit</i> | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independ |

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|----------------------|---|-------------------------------------|--|---|--|
| | Manik. ⁴⁹ | <i>Profit Margin</i> (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Return On Assets</i> (ROA) Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar | n $Y =$ Nilai Perusahaan | perusahaan pada Perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017 | <i>Margin</i> serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | en Kinerja keuangan, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kinerja keuangan serta perbedaan objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |

⁴⁹ Yutisi Sianturi, Inge Lengga Sari Munthe, dan Tumpal Manik, "Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan *Net Profit Margin* (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Return On Assets* (ROA) Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017", *Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------------------|--|--|--|--|---|
| | | tar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017 | | | | |
| 8 | Nur Qomariyah ⁵⁰ | Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan | $X1 =$ Kinerja Keuangan $X2 =$ Struktur Modal $Y =$ Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan yang terdapat pada perusahaan transportasi di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014- | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kualitas Promosi serta perbedaan pada objek penelitian |

⁵⁰ Nur Qomariyah, Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol. 10 No. 7, (2021), 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|---|--|---|--|
| | | | | 2018 | metode kuantitatif. | n. |
| 9 | Ni Kadek Murtini dan I Gede Cahyadi Putra dan Ida Ayu Ratih Manuari ⁵¹ | Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur | X1 = Kinerja Keuangan, X2 = Ukuran Perusahaan, X3 = Kebijakan Dividen, Y = Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018 | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggunakan variabel dependen Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kualitas Promosi serta perbedaan pada objek penelitian. |

⁵¹ Ni Kadek Murtini, I Gede Cahyadi Putra, Ida Ayu Ratih Manuari, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur", *Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 318.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 10 | Arengga Tryant Susanto dan Bambang Suryono ⁵² | Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan | X1 = Kinerja Keuangan Y = Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan <i>Textile & Garment</i> yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2018 | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga menggunakan metode kuantitatif. | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sedangkan pada penelitian ini terdapat variabel independen Kualitas Promosi dan juga perbedaan pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |

⁵² Arengga Tryant Susanto, Bambang Suryono, Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, Vol. 9 No. 10 (2019), 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|--|--|--|---|
| 11 | Muhammad Hamdani dan Yulia Efni dan Novita Indrawati ⁵³ | Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Keuangan dan umur perusahaan terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi Ukuran Perusahaan | X1 = Kinerja Keuangan X2 = Kebijakan Keuangan X3 = Umur perusahaan Y = Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri barang konsumsi yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2018 | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kualitas Promosi serta perbedaan pada objek penelitian dan periode penelitian. |
| 12 | Rosyida Ulfa dan Nur | Pengaruh Kinerja | X1 = Kinerja | Kinerja Keuangan | Sama-sama menggunakan | Pada penelitian |

⁵³ Muhammad Hamdani, Dkk, “Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Deviden Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Moderasi Ukuran Perusahaan”, *Jurnal Akutansi & Ekonomika*, Vol. 10, No. 2 (2020), 188.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------------------|---|-----------------------------------|--|--|--|
| | Fadjrih Asyik ⁵⁴ | a Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Moderasi | Keuangan Y1 = Nilai Perusahaan | berpengaruh Positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2017 | nakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggu nakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggu nakan metode kuantitatif. | terdahul utidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel independen Kualitas Promosi dan juga perbedaa n pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |
| 13 | Annisa Dayanty dan | Pengaruh Kinerja | X1 = Kinerja | Kinerja Keuangan | Sama-sama menggu | Pada penelitian |

⁵⁴ Rosyida Ulfa, Nur Fadjrih Asyik, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”, *Jurnal Akutansi Dan Riset*, Vol. 7 No. 8, (2018), 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-------------------------------|--|--|--|---|---|
| | Widhy Setyowati ⁵⁵ | a Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa | Keuangan $X_2 =$ Struktur Modal $Y =$ Nilai Perusahaan | berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 | nakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama mengguanakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kualitas Promosi serta perbedaan pada objek penelitian dan periode penelitian. |

⁵⁵ Annisa Dayanty Dan Widhy Setyowati, “Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa Dan Investasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)”, *Jurnal Magisma*, Vol. 8 No. 2, (2020), 77.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|--|--|--|---|
| | | Dan Investasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018) | | | | |
| 14 | Rutin dan Triyono wati dan Djawoto ⁵⁶ | Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai | X1 = Kinerja Keuangan Y1 = Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh Positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan yang terdapat pada perusahaan Manufaktur di Bursa | Sama - sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta sama menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusah | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel independen biaya |

⁵⁶ Rutin, Dkk, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, Vol. 6, No. 1, (2019), 126.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|---|---|---|---|
| | | Variabel Moderating | | Efek Indonesia selama periode 2014-2017 | aan, dan juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | promosi dan juga perbedaan pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |
| 15 | Muhammad Fajar Luki Laksono dan Andayani ⁵⁷ | Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan | X1 = <i>Corporate Governance</i> X2 = Kinerja Keuangan Y = Nilai Perusahaan | Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan <i>Food & Bavarages</i> yang terdapat pada perusahaan Manufaktur | Sama-sama menggunakan variabel independen Kinerja Keuangan serta menggunakan variabel dependen terhadap Nilai Perusahaan, dan | Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel independen Kualitas Promosi, sementara pada penelitian ini terdapat variabel Kualitas Promosi serta |

⁵⁷ Muhammad Fajar Luki Laksono, Andayani, "Pengaruh Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, Vol. 11 No. 11, (2022), 1.

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|----------|------------------|---------------------|--|---|---|
| | | | | tur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020 | juga serupa menggunakan metode kuantitatif. | perbedaan pada objek perusahaan yang diteliti dan periode penelitian. |

Dari penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan pada penelitian di atas banyak menunjukkan aspek kualitas promosi dan kinerja keuangan telah banyak digunakan dalam menganalisis nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian yang dilakukan kebanyakan tidak berfokuskan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan *corporate* terkait dengan memaksimalkan aset yang diperoleh untuk menghasilkan laba (ROA) dan menjadikan aset penjualan menjadi laba perusahaan (NPM) untuk membangun nilai perusahaan yang baik. Sedangkan dalam penelitian ini akan memfokuskan melakukan penelitian yang di pada profitabilitas nilai perusahaan sebagai hal yang menentukan para investor untuk berinvestasi pada perusahaan *property & real Estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Pemilihan perusahaan *property & real estate* sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan *property & real estate* karena di Indonesia ini, prospek dalam hal *property & real estate* sangat baik, karena perkembangannya sangat pesat misal pada pembangunan jalan, gedung, perkantoran dan lainnya sehingga itu semua menjadi peluang bagi investor untuk menanamkan dananya ke dalam Perusahaan *property & real estate*.

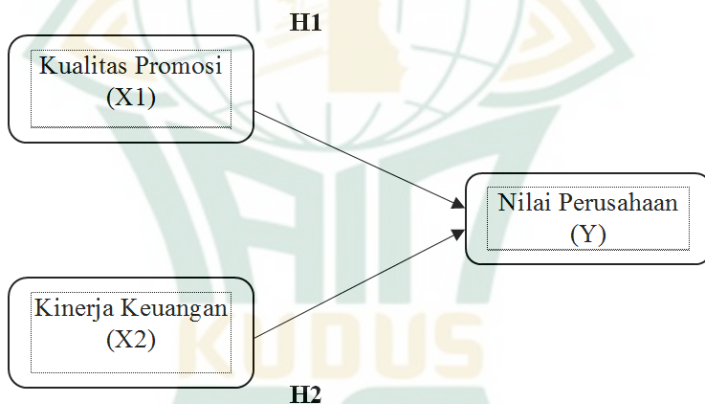
C. Kerangka berpikir

Mengenai kerangka berpikir ini menjelaskan teori yang mempunyai korelasi dengan faktor yang sudah diidentifikasi

sebagai isu yang penting.⁵⁸ Kerangka berpikir yakni sintesa tentang hubungan antar variabel yang telah disusun dari teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori yang telah dideskripsikan, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.⁵⁹

Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen, yaitu Kualitas Promosi, dan Kinerja keuangan. Sementara variabel dependennya, yaitu Nilai Perusahaan. Untuk mengungkap masalah yang akan diteliti, diperlukan kerangka refleksi. Berikut adalah kerangka untuk penelitian ini

Tabel 2.2
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan rumusan masalah penelitian dijabarkan dalam bentuk pertanyaan. dikatakan secara tentatif, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang

⁵⁸ Zunita Rohmawati, "Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol 1, No. 2, (2018): 19-29

⁵⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2014): 60

relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis belum merupakan jawaban empiris. , dapat disebut sebagai jawaban teoritis atas rumusan masalah penelitian..⁶⁰

Istilah hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai dua kata “*hupo*” (sementara) dan “*thesis*” (pernyataan atau teori), karena hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka diperlukan uji kebenarannya. Atas dasar definisi tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus di uji kebenarannya.⁶¹

Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai hipotesis didalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Promosi terhadap Nilai Perusahaan
 H_{01} : Kualitas Promosi (*Net Profit Margin*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada Nilai perusahaan
 H_{a1} : Kualitas Promosi (*Net Profit Margin*) berpengaruh positif dan signifikan pada Nilai perusahaan
2. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan
 H_{02} : Kinerja Keuangan (*Return on Asset*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada Nilai perusahaan
 H_{a2} : Kinerja Keuangan (*Return on Asset*) berpengaruh positif dan signifikan pada Nilai perusahaan

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 93.

⁶¹ Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta : Pt Bumi Aksara, 2014): 65