

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Nilai Perusahaan**

###### **a. Definisi Nilai Perusahaan**

Menurut Keown (1996) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Suatu perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik juga. Menurut Brigham (1996) nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya, ketika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik, karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh para ahli maka peneliti menyimpulkan bahwasannya nilai perusahaan dapat dibentuk melalui indikator nilai pasar saham, dan juga sangat dipengaruhi oleh adanya peluang-peluang investasi.

###### **b. Teori Nilai Perusahaan**

###### ***Signaling Theory***

*Signaling Theory* adalah bahwa setiap tindakan mengandung informasi karena adanya *asymmetric information*. *Asymmetric Information* adalah kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi lebih banyak daripada pihak lain (Liu, Irwansyah, dan Fakhroni, 2016). *Signaling theory* disini memberikan dorongan kepada perusahaan guna

memberikan informasi kepada pihak eksternal seperti pihak investor. Sinyal ini nantinya diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga nantinya akan mempengaruhi kinerja perusahaan, dan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan.

## **2. Profitabilitas**

### **a. Definisi Profitabilitas**

Menurut Fahmi (2014:81) rasio profitabilitas adalah rasio guna untuk mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Ketika suatu perusahaan memiliki rasio profitabilitas yang baik, maka artinya perusahaan tersebut dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam memperoleh keuntungan di suatu perusahaan. Menurut Bintara (2018) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Berdasarkan pendapat dari para ahli dikemukakan maka peneliti menyimpulkan bahwasannya profitabilitas merupakan rasio pertumbuhan guna mengukur seberapa jauh perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

### **b. Teori Profitabilitas**

#### ***Signaling Theory***

Menurut Komarudin & Affandi (2019) *Signaling Theory* adalah efek yang terjadi sebagai hasil pengumuman laporan keuangan yang ditangkap oleh pelaku pasar modal sebagai peluang atau ancaman

dimasa depan terkait investasi yang dilakukan. Oleh sebab itu, dalam teori persinyalan ini apabila profitabilitas suatu perusahaan meningkat, maka akan memberikan sinyal positif kepada investor atas pengembalian investasi di pasar modal.

### 3. *Leverage*

#### a. **Definisi *Leverage***

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang (Suwardika dan Mustanda, 2017). Menurut Brigham & Houston (2019) dalam Budiharjo (2020) rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaannya melalui hutang. Dengan menggunakan hutang, maka investor dapat mempertahankan kendali atas perusahaan. Di sisi lain, kreditor akan melihat pada ekuitas sebagai batasan keamanan. Oleh sebab itu, semakin tinggi ekuitas maka semakin kecil resiko kreditor. Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas (Febriani, 2020). Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli maka peneliti menyimpulkan bahwasannya rasio *leverage* adalah rasio guna mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam menggunakan hutang baik jangka pendek atau jangka panjang.

## **b. Teori *Leverage***

### ***Pecking Order Theory***

*Pecking Order Theory* merupakan suatu kebijakan yang ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencari tambahan dana dengan cara menjual aset yang dimilikinya. Menurut Modigliani dan Miller dalam Fahmi (2014) bahwa penggunaan hutang akan selalu lebih menguntungkan apabila dibandingkan dengan penggunaan modal sendiri, terutama dengan meminjam ke perbankan.

## **4. Ukuran Perusahaan**

### **a. Definisi Ukuran Perusahaan**

Menurut Machfoedz (1994) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ayem dan Nikmah (2019) perusahaan dengan total aset yang tinggi cenderung untuk selalu mengutamakan kualitas laba yang baik, sehingga akan memengaruhi nilai perusahaan karena dianggap investor sebagai informasi yang baik bahwa perusahaan tersebut mudah dalam mendapatkan pembiayaan. Menurut Hama dan Santosa (2018) ukuran perusahaan mencakup jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang bisa dilihat dari total aset yang tercantum di laporan keuangan perusahaan selama akhir periode audit. Berdasarkan pengertian yang

dikemukakan oleh para ahli maka peneliti menyimpulkan bahwasannya ukuran perusahaan adalah skala pengukuran guna menunjukkan pencapaian besarnya suatu perusahaan yang dapat di ukur melalui rata-rata penjualan, maupun total aset.

## **b. Teori Ukuran Perusahaan**

### ***Signaling Theory***

*Signaling Theory* menekankan pentingnya informasi perusahaan bagi investor. Menurut Miller & Whiting (2005) dalam Martini, Ekasari, and Susbiyani (2019) *signaling theory* mengindikasikan bahwa perusahaan akan berusaha untuk menunjukkan sinyal berupa informasi positif kepada investor potensial melalui pengungkapan laporan keuangan. Sinyal informasi yang diberikan oleh perusahaan akan digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan.

## **5. Good Corporate Governance**

### **a. Definisi Good Corporate Governance**

Menurut *Forum Corporate Governance on Indonesia* (FCGI) dalam Effendi (2016), *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Menurut Pratiwi dan Rahayu (2015) GCG yang baik akan tercermin pada skor CGPI yang

tinggi diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan pada investor bahwa manajer memiliki efektivitas yang tinggi dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi investor dari setiap aset yang dipergunakan oleh perusahaan dari dana yang diinvestasikan, sehingga investor akan lebih yakin dan lebih percaya pada perusahaan yang dengan penilaian GCG yang baik, sehingga berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan dan nilai perusahaan akan naik.

Menurut Bank Dunia (*World Bank*) dalam Effendi (2016), *good corporate governance* (GCG) adalah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan, untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Menurut OCED (2006) dalam Khasanah & Sucipto (2020) tata kelola perusahaan adalah sistem kontrol dan pengawasan yang tujuannya adalah untuk mencapai kinerja maksimum tanpa biaya pemangku kepentingan. Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli maka peneliti menyimpulkan bahwasannya tata kelola perusahaan adalah seperangkat hukum yang digunakan oleh manajemen guna mengelola dan mengendalikan perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai.

## **b. Teori *Good Corporate Governance***

### ***Agency Theory***

*Agency Theory* menurut Benhart & Rosenstein (1998) menyatakan bahwa suatu mekanisme yang dapat mengatasi masalah keagenan tersebut yaitu mekanisme dewan komisaris independen yang akan bermanfaat untuk mengawasi manajemen dalam laporan keuangan. Melalui penerapan tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* manajer akan diminta untuk membuat keputusan keuangan yang memiliki manfaat untuk melindungi kepentingan *stakeholder* dan pihak terkait yang secara langsung ataupun tidak langsung, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan, kinerja keuangan, mengurangi resiko yang mungkin dilakukan oleh dewan dengan pengambilan keputusan yang hanya menguntungkan dirinya sendiri, serta dapat meningkatkan kepercayaan investor selama perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang baik.

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian terdahulu yang meneliti hubungan variabel independen seperti rasio *leverage*, ukuran perusahaan, dan *good corporate governance*, yang ditambahkan sebuah variabel antara / mediasi yaitu profitabilitas, terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, antara lain :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
1	Pratiwi dan Rahayu (2015)  <i>e-proceeding of management</i> , Vol.02, No.3 ISSN : 2355-9357	<b>X1: Profitabilitas</b> <b>X2: <i>Leverage</i></b> <b>X3: Good Corporate Governance</b> <b>X4: Ukuran Perusahaan</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Good corporate governance</i> <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
2	Meidiyustiani (2016)  Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.5, No.2 ISSN : 2252-7141	X1: Modal Kerja <b>X2: Ukuran Perusahaan</b> X3: Pertumbuhan Penjualan X4: Likuiditas <b>Y: Profitabilitas</b>	1. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh negatif signifikan</b> terhadap profitabilitas.
3	Sofiamira dan Asandimitra (2017)  Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 20, Nomor 02 ISSN : 1979-6471	X1: <i>Capital Expenditure</i> <b>X2: <i>Leverage</i></b> <b>X3: <i>Good Corporate Governance</i></b> X4: <i>Corporate Social Responsibility</i> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. <i>Leverage</i> <b>berpengaruh negatif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. GCG melalui kepemilikan manajerial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
4	Primady dan Wahyudi (2015)  <i>Diponegoro Journal Of Manajement</i> , Vol. 04, No. 03 ISSN : 2337-3792	X1: <i>Corporate Social Responsibility</i> <b>X2: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b> Z: Kepemilikan Manajerial	1. Variabel independen secara parsial ROA <b>mampu mempengaruhi</b> variabel dependen yaitu nilai perusahaan.
5	Sri Oktaryani et al. (2018)  Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, Vol. 05, No. 02 ISSN : 2477-1764	<b>X1: Good corporate governance</b> <b>Y: Nilai perusahaan</b> <b>M: Profitabilitas</b>	1. GCG <b>berpengaruh positif</b> terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas <b>berpengaruh secara signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 3. GCG <b>berpengaruh positif</b> terhadap profitabilitas. 4. GCG terhadap nilai perusahaan <b>tidak dapat memediasi</b> dengan profitabilitas sebagai intervening
6	Pratama & Wiksuana (2016)  E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 05, No. 02 ISSN : 2302-8912	<b>X1: Ukuran Perusahaan</b> <b>X2: Lverage</b> <b>M: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. Ukuran perusahaan secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Lverage</i> secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
			<p>4. Ukuran perusahaan secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap profitabilitas.</p> <p>5. <i>Lverage</i> secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap profitabilitas.</p> <p>6. Profitabilitas <b>tidak mampu memediasi</b> pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>7. Profitabilitas <b>tidak mampu memediasi</b> pengaruh <i>laverage</i> terhadap nilai perusahaan.</p>
7	<p>Mukhtaruddin et al. (2019)</p> <p><i>Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management</i>, Vol 3 Issue 1 ISSN: 2597-6214 e-ISSN: 2597-6222</p>	<p><b>X1: Good corporate governance</b> <b>Y: Firm Value</b></p>	<p>1. GCG <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</p>
8	<p>Novari dan Lestari (2016)</p> <p><i>E-Journal Manajement Universitas Udayana</i>, Vol. 05, No. 09 ISSN : 2302-8912</p>	<p><b>X1: Ukuran Perusahaan</b> <b>X2: Lverage</b> <b>X3: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b></p>	<p>1. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh positif dan signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. <i>Lverage</i> <b>tidak berpengaruh</b> terhadap nilai perusahaan.</p>

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
			3. Profitabilitas <b>berpengaruh positif dan signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
9	Listiyowati dan Indarti (2018)  Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora (JSEH), Vol. 04, No. 02 ISSN : 2461-0666, e-ISSN : 2461-0720	<b>X1: Good corporate governance</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b> <b>M: Profitabilitas</b>	1. GCG melalui komisaris independen <b>berpengaruh negatif</b> terhadap profitabilitas. 2. Profitabilitas melalui proksi ROA <b>berpengaruh positif</b> terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas <b>tidak mampu memediasi</b> hubungan antara GCG melalui komisaris independen, kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.
10	Khasanah dan Sucipto (2020)  Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 17, Issue. 1 p-ISSN : 0216-7743 e-ISSN : 2528-1135	<b>X1: Corporate Social Responsibility</b> <b>X2: Good Corporate Governance</b> <b>M: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. GCG <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. GCG <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap profitabilitas. 3. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
			4. GCG <b>berpengaruh signifikan</b> secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan.
11	Dewi dan Abundanti (2019)  <i>e-Journal Manajement</i> , Vol. 08, No. 05 ISSN : 2302-8912	<b>X1: Leverage</b> <b>X2: Ukuran Perusahaan</b> <b>M: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Leverage</i> <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. <i>Leverage</i> <b>berpengaruh negatif signifikan</b> terhadap profitabilitas.</li> <li>4. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap profitabilitas.</li> <li>5. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> <li>6. Profitabilitas secara <b>signifikan memediasi pengaruh</b> leverage terhadap nilai perusahaan.</li> <li>7. Profitabilitas secara <b>signifikan memediasi pengaruh</b> ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan</li> </ol>

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
12	Muliana dan Ikhsani (2019)  Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JITM), Vol. 01 Issue 02 E-ISSN : 2686-4924, P-ISSN : 2686-5246	X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan M: Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh negatif dan tidak signifikan</b> terhadap profitabilitas.</li> <li>2. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh negatif dan tidak signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas <b>berpengaruh positif dan signifikan</b> terhadap nilai perusahaan</li> <li>4. Dalam <i>sobel test</i> menyimpulkan bahwa profitabilitas <b>tidak berpengaruh signifikan</b> dalam mengintervening pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
13	Surmadewi & Saputra (2019)  E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 08, No. 06 ISSN : 2337-3067	X1: Likuiditas X2: Lverage X3: Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lverage <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Profitabilitas <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
14	Widyawati (2018)  Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 8, No. 6, ISSN : 2461-0593	<b>X1: Good corporate Governance</b> <b>X2: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. GCG melalui kepemilikan institusional (KI) <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. GCG melalui kepemilikan manajerial (KM) <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
15	Suwardika dan Mustanda (2017)  E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 06, No. 03 ISSN : 2302-8912	<b>X1: Lverage</b> <b>X2: Ukuran Perusahaan</b> <b>X3: Pertumbuhan Perusahaan</b> <b>X4: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. Lverage <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan secara parsial <b>tidak memiliki pengaruh yang signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
16	Dianawati dan Fuadati (2016)  Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 05, No. 01 ISSN : 2461-0593	<b>X1: Corporate Social Responsibility</b> <b>X2: Good Corporate Governance</b> <b>M: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. GCG <b>berpengaruh positif dan signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
			2. GCG terhadap nilai perusahaan <b>dapat dimediasi</b> dengan profitabilitas sebagai intervening. 3. GCG <b>tidak signifikan</b> terhadap profitabilitas. 4. Profitabilitas <b>secara parsial berpengaruh</b> terhadap nilai perusahaan.
17	Ratih dan Subardjo (2018)  Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 7, No. 10 e-ISSN : 2460-0585	X1: Keputusan Investasi X2: Kebijakan Deviden <b>X3: Profitabilitas</b> <b>X4: Leverage</b> X5: <i>Corporate social responsibility</i> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. Profitabilitas <b>berpengaruh positif</b> terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> <b>berpengaruh positif</b> terhadap nilai perusahaan.
18	Dhani dan Utama (2017)  Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga, Vol. 2, No. 1 ISSN : 2548-1401	X1: Pertumbuha penjualan X2: Struktur Modal <b>X3: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b>	1. Profitabilitas <b>berpengaruh</b> terhadap nilai perusahaan.
19	Bintara (2018)          Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 11, No. 2 p-ISSN : 2086-7662 e-ISSN : 2622-1950	<b>X1: Profitabilitas</b> X2: <i>Growth opportunity</i> X3: Struktur Modal <b>Y: Nilai Perusahaan</b>   Z: <i>Good corporate Governance.</i>	1. Profitabilitas <b>berpengaruh positif</b> terhadap nilai perusahaan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
20	Trang, Murni, dan Pantow (2015)  Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 1 ISSN : 2303-1174	X1: Pertumbuhan Penjualan X2: <b>Ukuran Perusahaan</b> X3: <i>Return on Asset</i> X4: Struktur Modal Y: <b>Nilai Perusahaan</b>	1. Ukuran perusahaan secara parsial <b>tidak berpengaruh negatif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Return on Asset</i> secara parsial <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
21	Musabbihan & Purnawati (2018)  e-Jurnal Manajemen UNUD, Vol. 7, No. 4 ISSN : 2302-8912	X1: <b>Profitabilitas</b> X2: Kebijakan Deviden Y: <b>Nilai Perusahaan</b> M: Struktur Modal	1. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.
22	Octaviany, Hidayat, dan Miftahudin (2019)  Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 3, No. 1, ISSN : 2549-3477, e-ISSN : 2623-1077	X1: <b>Ukuran Perusahaan</b> X2: <i>Lverage</i> M: <b>Profitabilitas</b> Y: <b>Nilai Perusahaan</b>	1. Ukuran perusahaan <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap profitabilitas. 2. <i>Lverage</i> <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap profitabilitas. 3. Profitabilitas <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan <b>tidak berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai perusahaan. 5. <i>Lverage</i> <b>berpengaruh signifikan</b> terhadap nilai

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil
			<p>perusahaan.</p> <p>6. Profitabilitas <b>mampu memediasi</b> pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>7. Profitabilitas <b>tidak mampu memediasi</b> pengaruh antara <i>lverage</i> terhadap nilai perusahaan.</p>
23	Ayu dan Suarjaya (2018)  e-Jurnal Manajemen UNUD, Vol. 6, No. 2, ISSN : 2302-8912	<b>X1: Profitabilitas</b> <b>Y: Nilai Perusahaan</b> M: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>1. Profitabilitas <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. <i>Corporate Social Responsibility</i> <b>berpengaruh positif signifikan</b> terhadap nilai perusahaan.</p>

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah kerangka yang mendasari untuk menentukan hipotesis. Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas serta hasil penelitian terdahulu dengan variabel Lverage (X1), Ukuran Perusahaan (X2), *Good Corporate Governance* (X3), Profitabilitas (M), dan Nilai Perusahaan (Y). Gambaran menyeluruh penelitian ini dapat disederhanakan dalam bentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

## 1. Pengaruh rasio *leverage* terhadap profitabilitas

Rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extream leverage* (hutang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut (Jariah, 2016).

Menurut Myers & Majluf (1984) menyatakan bahwa *Pecking Order Theory* diawali dengan kehadiran informasi yang tidak simetrik, yaitu tentang urutan prioritas para manajer dalam menentukan sumber pendanaannya. Menurut Jensen (1986) dalam Masitoh, Paramita, & Suprijanto (2018) penggunaan hutang akan menurunkan *excess cash of flow* yang ada dalam perusahaan. Penurunan *excess cash of flow* ini menurunkan kemungkinan pemborosan yang dilakukan oleh manajemen untuk hal-hal yang kurang perlu. Dengan begitu kas akan digunakan untuk hal-hal yang produktif sehingga akan meningkatkan profitabilitas.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016); Masitoh, Paramita, dan Suprijanto (2018) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

## 2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Ukuran perusahaan adalah besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Trang, Murni, & Pantow, 2015). Menurut Muliana dan Ikhsani (2019) ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi perusahaan. Pada umumnya semakin besar

suatu perusahaan maka akan semakin besar pula aktivitasnya. Menurut Miller & Whiting (2005) dalam Martini, Ekasari, dan Susbiyani (2019) *signaling theory* mengindikasikan bahwa perusahaan akan berusaha untuk menunjukkan sinyal berupa informasi positif kepada investor potensial melalui pengungkapan laporan keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Octaviany, Hidayat, dan Miftahudin (2019); Hama dan Santosa (2018) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

### **3. Pengaruh *good corporate governance* terhadap profitabilitas**

*Good corporate governance* (GCG) sebagian perangkat sistem yang mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan dan efektifitas manajemen dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan laba dari setiap aset yang dipergunakan oleh perusahaan dari dana yang diinvestasikan oleh para investor (Pratiwi and Rahayu, 2015). Menurut Jensen & Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan (*Agency Theory*) terdapat konflik kepentingan yang terjadi karena adanya perbedaan tujuan dari masing-masing pihak.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Oktaryani et al. (2018); Khasanah dan Sucipto (2020) menyatakan bahwa GCG terdapat pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

### **4. Pengaruh rasio *leverage* terhadap nilai perusahaan**

*Leverage* adalah pengambilan dana dari pihak luar seperti bank, pasar modal, pasar uang, dan lembaga keuangan lainnya. Jika Perusahaan

menerbitkan hutang, ini akan memberikan sinyal kepada pasar bahwa perusahaan mengharapkan arus kas positif dimasa depan. Dengan demikian, tingkat hutang yang tinggi menunjukkan kepercayaan manajer terhadap arus kas masa depan, tetapi dampak lain dari faktor persinyalan ini adalah masalah *underpricing ekuitas* yaitu jika perusahaan menerbitkan ekuitas dan bukan hutang untuk mendanai proyek barunya maka investor akan menafsirkan sinyal negatif (Raheman dan Nasr, 2007) dalam (Nawaf, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Linawaty dan Ekadjaja (2017); Masitoh, Paramita, dan Suprijanto (2018); Suwardika dan Mustanda (2017); Pratama & Wiksuana (2016); Surmadewi & Saputra (2019) menyatakan bahwa *lverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

##### **5. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian (Brigham dan Houston, 2010) dalam (Pashah, Paramita, dan Oemar 2018). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan sedang mengalami pertumbuhan, sehingga investor akan memberikan respon positif, dan nilai perusahaan akan meningkat. *Signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Sofiamira & Asandimitra, 2017). Dengan demikian ukuran perusahaan mencerminkan ukuran atau jumlah aset yang

dimiliki perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Horne & Wachowicz, 2009) dalam (Hirdinis, 2019).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016); Novari dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **6. Pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan**

*Good corporate governance* pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, output, proses) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dewan direksi, demi tercapainya tujuan perusahaan yaitu untuk menciptakan nilai tambah (Mulyo, 2017). Menurut Jensen & Meckling (1976) mengungkapkan bahwa teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajer) dan *principal* (pemegang saham).

Penelitian yang dilakukan Fatimah dan Mardani (2017); Khasanah dan Sucipto (2020) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

#### **7. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor (Ayu & Suarjaya, 2018). Teori persinyalan (*Signaling Theory*) adalah efek yang terjadi sebagai hasil pengumuman laporan keuangan yang ditangkap oleh pelaku pasar modal sebagai peluang atau ancaman di masa depan terkait prospek yang investasi yang akan dilakukan. Menurut Battacharya dalam

Komarudin dan Affandi (2019) menyatakan bahwa perusahaan dengan laba yang meningkat merupakan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Muliana dan Khilyati (2019); Istamarwati dan Suseno (2017); Surmadewi dan Saputra (2019); Primady dan Wahyudi (2015); Pratama dan Wiksuana (2016); Pratiwi dan Rahayu (2015); Hirdinis (2019); Octaviany, Hidayat, dan Miftahudin (2019); Febriani (2020); Dhani dan Utama (2017); Ratih dan Subardjo (2018); Trang, Murni, & Pantow (2015); Suwardika dan Mustanda (2017); Komarudin dan Affandi (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **8. Profitabilitas memediasi hubungan rasio *lverage* terhadap nilai perusahaan**

Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan seperti laba ditahan dan penyusutan, dan dari eksternal perusahaan berupa hutang atau penerbitan saham baru. *Lverage* menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi. *Pecking Order Theory* merupakan suatu kebijakan yang ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencari tambahan dana dengan cara menjual aset yang dimilikinya. Jadi *lverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaannya yang berasal dari hutang (Pratama & Wiksuana, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Abudanti (2019); Istamarwati dan Suseno (2017); Masitoh, Paramita, dan Suprijanto (2018)

memperoleh hasil bahwa profitabilitas mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

## **9. Profitabilitas memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara seperti total aktiva, total penjualan dan nilai kapitalisasi pasar. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan disukai oleh investor karena perusahaan tersebut memiliki aset dalam jumlah yang besar yang berdampak pada peningkatan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka banyak investor yang tertarik untuk menanamkan investasi pada perusahaan tersebut dan mengakibatkan nilai perusahaan pun meningkat (Pratiwi dan Rahayu, 2015). Sesuai dengan teori sinyal (*Signaling Theory*) adalah suatu tindakan yang diambil pihak manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk atau informasi bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Sri Oktaryani et al, 2018).

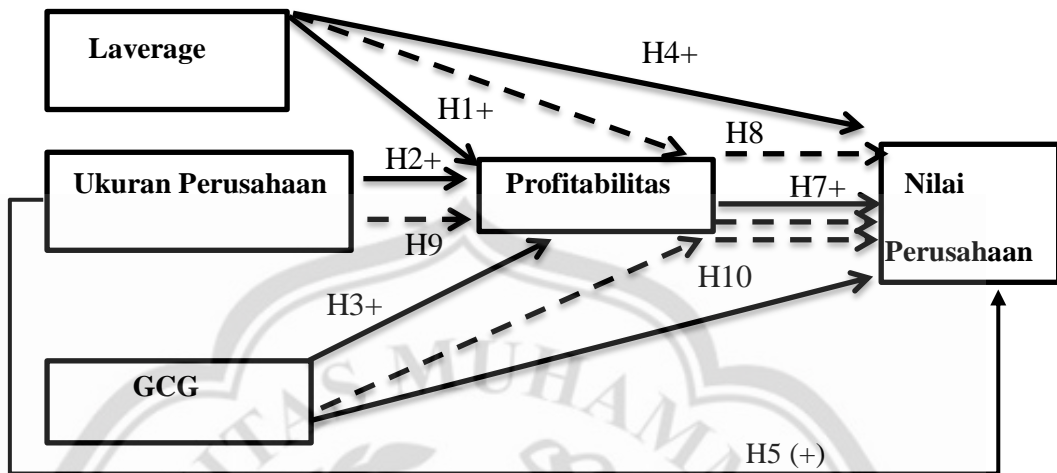
Penelitian yang dilakukan oleh Muliana dan Khilyatin (2019); Octaviany, Hidayat, dan Miftahudin (2019) memperoleh hasil bahwa profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **10. Profitabilitas memediasi hubungan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan**

Pelaksanaan *Good Corporate Governance* berimplikasi langsung terhadap nilai perusahaan dan juga berimplikasi terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu upaya terukur dan konsisten untuk mengembangkan budaya baru berbasis *Good Corporate Governance* yang memungkinkan terciptanya proses pengambilan keputusan yang bertanggung jawab, pemberian insentif yang proporsional berdasarkan kinerja, dan keterbukaan yang memungkinkan para *stakeholders*, terutama pemegang saham dan investor, membuat keputusan investasi dengan tepat. Profitabilitas juga memiliki arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, sehingga diperlukannya tata kelola perusahaan yang baik agar dapat memenuhi semua hak untuk *stakeholders* dan menghindari terjadinya konflik keagenan (Listiyowati dan Indarti, 2018). *Agency Theory* menurut Benhart dan Rosenstein (1998) menyatakan bahwa suatu mekanisme yang dapat mengatasi masalah keagenan tersebut yaitu mekanisme dewan komisaris independen yang akan bermanfaat untuk mengawasi manajemen dalam laporan keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dianawati dan Fuadati (2016) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel intervening dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat pengungkapan GCG melalui dewan komisaris independen yang dilakukan oleh perusahaan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: (Dewi and Abundanti 2019) dan diolah kembali

Keterangan :

- > Pengaruh langsung
- - - - -> Pengaruh Tidak langsung

#### D. Hipotesis

- H1 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
- H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
- H3 : *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
- H4 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H5 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H6 : *Good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H7 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H8 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

H9 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

H10 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

