

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

##### **1. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Menurut Spence (1973) teori sinyal membahas mengenai isyarat atau sinyal dari pihak pemilik informasi (manajemen perusahaan) yang berusaha memberikan informasi yang relevan kepada pihak penerima (investor). Pihak penerima informasi kemudian dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk menyesuaikan perilakunya sesuai dengan informasi yang dipahaminya. Menurut Ross (1977) teori sinyal dibangun berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi dari manajemen dan informasi dari investor. Teori ini berdasarkan pemikiran bahwa manajemen akan menginformasikan kepada investor ketika ada informasi baik yang berkaitan dengan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan (Priyatama & Pratini, 2021).

Sinyal adalah suatu tindakan jika dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan pada saat terjadi asimetris informasi, manajer perusahaan harus dapat memberikan sinyal atau petunjuk mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan (Harianto & Fidiana, 2016). Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada pengguna laporan keuangan, terkhusus para investor yang akan melakukan investasi. Sinyal ini dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen

untuk merealisasikan keinginan pemilik (Investor). Hal ini juga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui maksimalisasi harga saham (Weston, 2001 dalam Harianto & Fidiana, 2016).

## **2. Nilai perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Menurut Husnan (2008) dalam Suryandani (2018) menyatakan, nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Apabila saham tersebut ditawarkan oleh perusahaan ke publik maka nilai perusahaan akan tercermin pada harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Bagi perusahaan yang menerbitkan sahamnya di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa saham merupakan indikator dari nilai perusahaan (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi pula nilai kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Jika nilai perusahaan mengalami peningkatan dan terjadi *asymetric information*, maka manajer perusahaan tersebut harus memberikan sinyal positif kepada investor

mengenai kondisi terkini perusahaan untuk memaksimalkan nilai saham perusahaan (Oktavia & Fitria, 2019). Dalam hal ini teori sinyal memberikan suatu acuan bagi para investor untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Jika informasi tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu informasi tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan, semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, tetapi pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*) (Oktavia & Fitria, 2019).

### 3. *Leverage*

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang memiliki hutang terlalu banyak melebihi ekuitas perusahaan akan memberikan sinyal yang tidak baik karena berdampak pada penurunan perusahaan dalam menghasilkan laba (Rudangga & Sudiarta, 2016). *Leverage* merupakan pemakaian hutang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Agnes, 2004 dalam Setyadi & Iskak, 2020).

*Leverage* sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan ekuitas suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan total hutang yang tinggi namun ekuitas rendah maka

investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Rudangga & Sudiarta, 2016). Rasio yang baik adalah ketika hutang dan modal seimbang. Ini menunjukkan bahwa perusahaan masih menggunakan komposisi hutang lebih banyak dari pada modal sendiri akibatnya nilai perusahaan menjadi berkurang (Hasibuan dkk, 2016) Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan perusahaan yang besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan perusahaan yang kecil (Analisa, 2011 dalam Suwardika & Mustanda, 2017).

#### **4. Profitabilitas**

Berdasarkan teori sinyal, apabila suatu perusahaan memiliki profit atau laba perusahaan yang semakin meningkat, merupakan sinyal jika perusahaan tersebut mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang (Dewi & Ekadjaja, 2020). Menurut Sujoko & Soebiantoro (2007) dalam Sopiah & Suryono (2017) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau laba selama satu periode. Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan (Sari & Priyadi, 2016). Adapun laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016). Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi lebih menarik perhatian para investor. Investor yang tertarik terhadap perusahaan akan

melakukan penanaman modal ke perusahaan, namun sebaliknya apabila perusahaan dianggap memiliki kemampuan menghasilkan laba yang rendah investor akan menarik kembali dananya dari perusahaan (Sari & Priyadi, 2016).

Profitabilitas menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan sebuah perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan (Ramdhonah dkk, 2019). Menurut Husnan & Pudjiastuti (2006) dalam Nurwahyuni dkk (2020), rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efisiensi suatu perusahaan dalam menggunakan aktivitya, efisiensi ini dikaitkan dengan penjualan dan penghasilan yang diciptakan.

##### **5. Ukuran perusahaan**

Berdasarkan teori sinyal, semakin bertambahnya aset yang dimiliki perusahaan dan kondisi penjualan yang meningkat akan menjadi sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan permintaan saham perusahaan yang menyebabkan harga saham perusahaan naik atau meningkatnya nilai perusahaan (Kusna & Setijani, 2018).

Ukuran perusahaan merupakan kondisi perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya seluruh total aset yang dimiliki (Burhanudin &

Cipta, 2021). Semakin besar total aset atau aktiva perusahaan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan tersebut. Semakin besar total aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang berskala besar akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. perusahaan kecil hanya memiliki faktor pendukung yang kecil dan terbatas, sebaliknya perusahaan besar mempunyai faktor pendukung yang luas, Saham perusahaan dengan ukuran besar tersebar sangat luas. Hal ini mempermudah untuk mendapatkan pinjaman dari pihak eksternal dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Sujoko, 2007 dalam Pratiwi & Amanah 2017). Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain total aktiva, nilai pasar saham, *log size* dan lain – lain (Dewantari dkk, 2019). Skala perusahaan pada umumnya diukur dengan menggunakan total aset perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan (Rajagukguk dkk, 2019).

## 6. *Growth opportunity*

*Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006 dalam Sopiah & Suryono 2017). Menurut pandangan investor, perusahaan dengan potensi pertumbuhan perusahaan yang pesat atau tinggi diharapkan mampu memberikan keuntungan atau *return* yang maksimal dalam hal investasi dimasa yang akan datang. Hal ini berkaitan dengan teori sinyal, peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal yang baik kepada investor, sehingga akan mempengaruhi investor dalam berinvestasi (Shabrina, 2015 dalam Pratiwi & Amanah 2017).

*Growth opportunity* merupakan perubahan total aset yang dimiliki perusahaan yang akan diikuti oleh pertumbuhan laba operasional dimasa yang akan datang. *Growth opportunity* juga merupakan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi pada kesempatan investasi yang menguntungkan (Harianto & Fidiana, 2016). *Growth opportunity* yang tinggi dapat dijadikan sebagai analisis tercapainya kemakmuran para pemegang saham (Kusna & Setijani, 2018). Dilihat dari sudut pandang pemegang saham, *growth opportunity* suatu perusahaan adalah tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan pemegang saham juga mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik (Safrida, 2008 dalam Harahap 2019).

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang meneliti terkait *leverage*, profitabilitas, *growth opportunity* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No. | Penulis dan Identitas Judul  | Variabel Yang Digunakan   | Hasil   |
|-----|--|---|---|
| 1.  | Deli dan Kurnia. <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> . Vol. 6 No. 7, 2017 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Struktur Modal<br>2. Profitabilitas<br>3. <i>Growth Opportunity</i><br>4. Likuiditas<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan      | 1. Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>4. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.    |
| 2.  | Suwardika dan mustanda. <i>E-Jurnal Manajemen Unud.</i> , Vol. 6 No. 3, 2017 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Leverage</i><br>2. Ukuran Perusahaan<br>3. Pertumbuhan Perusahaan<br>4. Profitabilitas<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan | 1. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.<br>3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.<br>4. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. |
| 3.  | Indasari dan Yadnyana. <i>E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana</i> .       | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. <i>Growth Opportunity</i><br>3. Likuiditas<br>4. Struktur Modal   | 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.   |

|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
|    | Vol.22 No. 1, 2018   | <b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan  | 3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.<br>4. Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.  |
| 4. | Sutama dan Lisa. <i>Jurnal Sains Manajemen &amp; Akuntansi</i> . Vol. 10 No. 1 , 2018      | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Leverage</i><br>2. Profitabilitas<br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan   | 1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.   |
| 5. | Indriyani. <i>Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi</i> . Vol. 10 No. 2, 2017               | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Ukuran Perusahaan<br>2. Profitabilitas<br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan   | 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.<br>2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.  |
| 6. | Suryandani. <i>Business Management Analysis Journal (BMAJ)</i> . Vol. 1 No. 1, 2018        | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Pertumbuhan perusahaan<br>2. Ukuran Perusahaan<br>3. Keputusan Investasi<br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan                 | 1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. Keputusan investasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.                       |
| 7. | Tumangkeng dan Mildawati. <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> . Vol. 7 No. 6, Juni 2018 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Struktur Modal<br>2. Pertumbuhan perusahaan<br>3. Profitabilitas<br>4. Ukuran Perusahaan<br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan | 1. Struktur modal tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.<br>3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |

|     |   |  |   |
|-----|---|--|---|
| 8.  | Oktavia dan Fitria. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol. 8 No. 6, 2019                   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. <i>Growth opportunity</i><br>3. Ukuran perusahaan<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan                       | 1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 9.  | Lestari, Suryatmodjo dan Aghna. <i>Portofolio</i> . Vol. 16 No. 2, 2019                   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Struktur Modal<br>2. Ukuran perusahaan<br>3. <i>Growth Opportunity</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan                       | 1. Struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.   |
| 10. | Febrinita. <i>JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara</i> . Vol. 2 No. 2, 2019 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. Struktur Modal<br>3. Ukuran perusahaan<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan                                  | 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.<br>3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.   |
| 11. | Setiyowati, Naser, dan Astuti. <i>Jurnal Ekonomi Modernisasi</i> . Vol. 16 No. 1, 2020    | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Leverage</i><br>2. <i>Growth Opportunity</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan  | 1. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.<br>2. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.  |
| 12. | Tasik. <i>Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)</i> , Vol. 3 No. 2, 2020      | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Growth Opportunity</i><br>2. Struktur modal<br>3. Ukuran Perusahaan<br>4. Profitabilitas<br>5. Kebijakan Deviden<br><br><b>Variabel Dependen :</b> | 1. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.   |

|     |  |   |   |
|-----|--|---|---|
|     |  | 1. Nilai Perusahaan   | 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>5. Kebijakan deviden berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 13. | Kadafi.<br><i>JURNAL MANAJEMEN</i> ,<br>Vol. 12 No. 1,<br>2020   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Struktur Modal<br>2. Profitabilitas<br>3. Ukuran Perusahaan<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan         | 1. Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.                  |
| 14. | Salsabila dan Rahmawati.<br><i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> ,<br>Vol. 10 No. 1,<br>2021   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. <i>Growth Opportunity</i><br>3. Struktur Modal<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan | 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.<br>3. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.   |
| 15. | Markonah, Salim dan Franciska.<br><i>DIJEFA : Dinasti International Journal Of Economics, Finance dan Accounting</i> .<br>Vol. 1, Issue 1,<br>2020 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Profitability</i><br>2. <i>Leverage</i><br>3. <i>Liquidity</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. <i>Firm Value</i>  | 1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan<br>2. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.   |
| 16. | Zuhroh. <i>The 2nd International Conference on</i>   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Liquidity</i><br>2. <i>Firm Size</i>  | 1. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.   |

|     |   |  |   |
|-----|---|--|---|
|     | <i>Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP)</i><br>Theme:<br>"Sustainability and Socio Economic Growth". 2019 | 3. <i>Profitability</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. <i>Firm Value</i>  | 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.<br>3. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.  |
| 17. | Nurwahyuni, Mas'ud, Alam dan Djamareng.<br><i>Journal of Management Science (JMS)</i> . Vol. 1 No. 1, 2020                  | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Profitability</i><br>2. <i>Growth Opportunities</i><br>3. <i>Leverage</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan           | 1. <i>Profitability</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. <i>Growth opportunities</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.                 |
| 18. | Sari dan Handayani.<br><i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> . Vol. 5 No. 9, 2016  | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. Ukuran Perusahaan<br>3. <i>Leverage</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan                           | 1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.<br>3. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan   |
| 19. | Sari dan Priyadi.<br><i>Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen</i> . Vol. 5 No. 10, 2016   | <b>Variabel Independen :</b><br>1. <i>Leverage</i><br>2. Profitabilitas<br>3. <i>Size</i><br>4. <i>Growth Opportunity</i><br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan | 1. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.<br>2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>3. <i>Size</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>4. <i>Growth opportunity</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. |

|     |   |   |  |
|-----|---|---|--|
| 20. | Rajagukguk, Ariesta, Pakpahan. <i>Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen</i> . Vol. 3 No.1, 2019 | <b>Variabel Independen :</b><br>1. Profitabilitas<br>2. Ukuran Perusahaan<br>3. Keputusan Investasi<br>4. Kebijakan Hutang<br><br><b>Variabel Dependen :</b><br>1. Nilai Perusahaan | 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>3. Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<br>4. Kebijakan Hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |
|-----|---|---|--|

### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori sinyal hubungan dengan *leverage* yaitu pihak manajemen dari perusahaan akan memberikan sinyal bagi pihak yang berkepentingan melalui informasi yang terkait dengan jumlah ekuitas maupun jumlah hutang perusahaan. Informasi yang diterima terkait dengan jumlah ekuitas maupun jumlah hutang tersebut akan digunakan oleh investor untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi rentan terhadap kondisi *financial distress*. *Financial distress* merupakan keadaan dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan terancam akan mengalami kebangkrutan karena penggunaan utang yang berlebihan sehingga tidak mampu memenuhi kewajiban-kewajibannya (Sari & Handayani, 2016). Kerugian yang timbul tidak hanya ditanggung oleh perusahaan tetapi juga di tanggung oleh para pemegang saham dan investor. Kerugian tersebut dapat berupa pengurangan dividen atau kebangkrutan perusahaan akibat tidak dapat membayar beban tetap. Hal ini menyebabkan nilai perusahaan menurun karena dianggap mengurangi kemakmuran pemilik

atau pemegang saham perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan akan semakin rendah nilai perusahaan (Sari & Handayani, 2016).

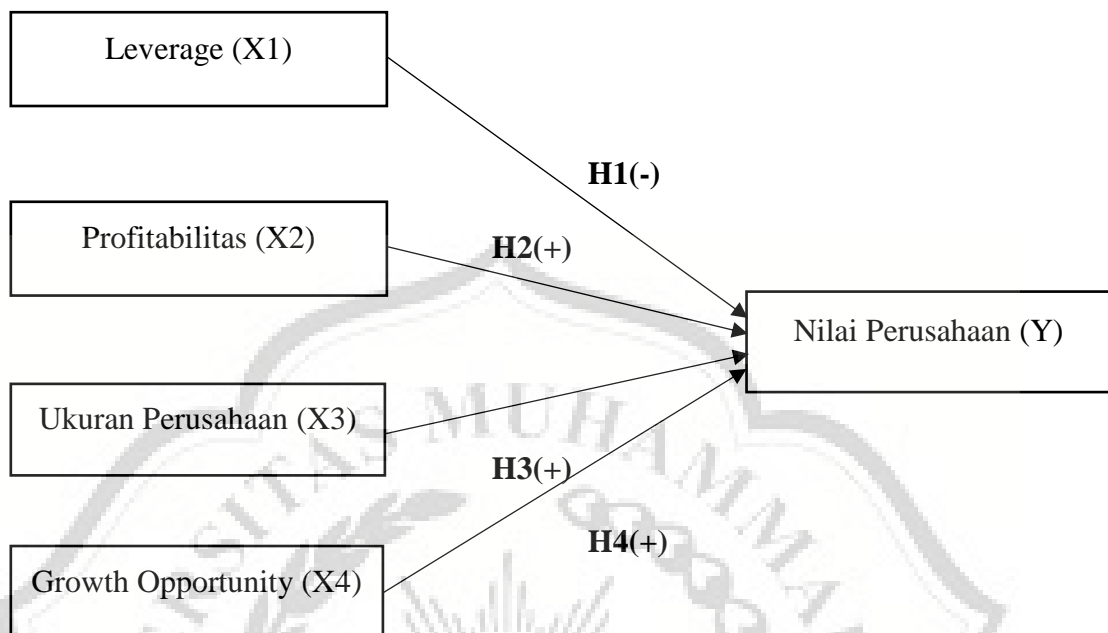
Berdasarkan teori sinyal, Profitabilitas yang tinggi merupakan good news bagi investor (Padmayanti dkk, 2019). Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi pula, sehingga dari sinilah akan terlihat kinerja perusahaan yang baik (Novari & Lestari, 2020). Sehingga investor pun akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, dan nilai perusahaan pun akan menjadi tinggi (Febrinita, 2019). Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Dengan kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal. Tinggi rendahnya harga saham yang terbentuk mempengaruhi nilai dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan (Sari & Priyadi, 2016). Dengan banyaknya investor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Lutwihajib dkk, 2016).

Berdasarkan teori sinyal perusahaan yang besar memberikan sinyal yang baik bagi investor, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Cheryta dkk, 2017 dalam Astuti & Yadnya, 2019). Ukuran

perusahaan yang besar dan tumbuh dapat mencerminkan bahwa tingkat profit dimasa mendatang akan semakin baik dan juga dapat mencerminkan perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut (Indrayani dkk, 2021). Semakin besar ukuran perusahaan yang dimiliki maka akan semakin banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan. Hal tersebut, dikarenakan perusahaan mencerminkan perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan (Priyatama & Pratini, 2021).

*Growth opportunity* perusahaan yang meningkat maka investor akan melihat hal ini sebagai salah satu indikator yang baik bagi prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Kegiatan investasi perusahaan melalui pemilihan proyek atau kebijakan lain seperti penciptaan produk baru akan membuat investor mengharapkan dapat memperoleh tingkat pengembalian yang semakin besar dari waktu ke waktu (Indasari & Yadnyana, 2018). Keputusan investasi ini akan mempengaruhi nilai perusahaan yang merupakan hasil dari kegiatan investasi itu sendiri. Hal tersebut berkaitan dengan teori sinyal, yaitu adanya peluang investasi pada suatu perusahaan memberikan sinyal positif pada pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Indasari & Yadnyana, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, maka model kerangka pemikiran ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

#### **D. Pengembangan Hipotesis**

##### **1. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan**

Keterkaitan teori sinyal dengan *leverage*, pihak manajemen dari perusahaan akan memberikan sinyal bagi pihak yang berkepentingan melalui informasi yang terkait dengan jumlah hutang perusahaan. Informasi yang diterima terkait dengan jumlah hutang tersebut akan digunakan oleh investor untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Penggunaan hutang yang terlalu besar nilainya akan berdampak negatif terhadap perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mengandung resiko tinggi. Sehingga akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan karena perusahaan dianggap mengandung resiko yang tinggi yang akan merugikan pihak investor (Sari & Priyadi, 2016).

Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari & Handayani (2016), Welly dkk (2019) Setiyowati dkk (2020), dan Nurwahyuni dkk (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

**H1 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan**

## **2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Keterkaitan teori sinyal dengan profitabilitas, jika perusahaan mempunyai profit atau laba perusahaan yang semakin meningkat merupakan sinyal jika perusahaan tersebut mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang (Dewi & Ekadjaja, 2020). Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, investor dapat melihat prospek perusahaan yang semakin baik dengan adanya potensi peningkatan keuntungan perusahaan (Sopiah & Suryono, 2017). Dengan profitabilitas yang tinggi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba juga baik. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor atau menarik investor untuk meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat maka akan menyebabkan harga saham tersebut juga meningkat sehingga meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Bariyyah dkk, 2019).

Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deli & Kurnia (2017), Suwardika & Mustanda (2017), Zuhroh (2019) dan Markonah dkk (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

**H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

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

Keterkaitan teori sinyal dengan ukuran perusahaan yaitu, ukuran perusahaan yang besar akan dianggap dioleh para investor sebagai sinyal positif dan prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam membeli saham perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan akan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga ukuran perusahaan bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan (Dewi & Ekadjaja, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2019), Kurniawan dkk (2019), Rajagukguk dkk (2019) dan Isnaeni dkk (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

**H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### **4. Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan**

Keterkaitan teori sinyal dengan *growth opportunity* yaitu, adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif kepada investor tentang

pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sinyal positif dari investor dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan *growth opportunity* yang tinggi, dapat dikatakan bahwa ini merupakan peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi di masa depan. Artinya *growth opportunity* dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Kartini & Arianto, 2008 dalam Salsabilla & Rahmawati, 2021).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusna & Setijani (2018), Indasari & Yadnyana (2018), Oktavia & Fitria (2019), Lestari dkk (2019) dan menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

**H4 : *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**