

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Signalling Theory* (Teori Sinyal)

Menurut Spance (1973), *signaling theory* merupakan teori yang menjelaskan bahwa perusahaan akan berusaha memberikan sinyal bagi masyarakat luas terkait tentang informasi-informasi mengenai apa saja yang telah berhasil dicapai oleh perusahaan selama melaksanakan kegiatan operasional yang memiliki tujuan menarik minat para pemegang saham untuk melaksanakan penanaman modal diperusahaan tersebut. *Signalling Theory* atau teori sinyal dikembangkan oleh Ross (1977) yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat.

Teori sinyal adalah teori yang mendasari hubungan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Informasi pertama kali diterima oleh investor kemudian diterjemahkan sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika kinerja keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat sehingga informasi tersebut dapat disebut sinyal yang baik karena mengindikasikan kondisi tersebut perusahaan yang baik. Sebaliknya jika kinerja keuangan yang dilaporkan menurun maka perusahaan tersebut dalam kondisi tidak baik sehingga

dapat dianggap sinyal yang buruk (Mariani & Suryani, 2018).

Signalling theory merupakan suatu teori yang menjelaskan seberapa pentingnya informasi yang dibuat oleh perusahaan untuk pihak eksternal yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Muhharomi dkk, 2021). Sinyal yang didapat tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan dengan tepat, hal tersebut dapat mendorong perusahaan menaikkan kinerjanya dan saat kinerja perusahaan naik maka, akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham, hal tersebut yang berdampak pada nilai perusahaan (Anggraini, 2021). Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Aldi dkk, 2020). Berdasarkan *Signalling Theory* bahwa suatu informasi yang berisi sinyal bahwa perusahaan melalui manajemen telah merealisasikan keinginan pemilik, ini merupakan salah satu bentuk dari teori sinyal (Isnaeni dkk., 2021).

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah pemahaman yang diperoleh investor dalam menilai tingkat keberhasilan perusahaan tersebut, yang dapat dilihat dari kinerja perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi cenderung memiliki kinerja perusahaan yang tinggi memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik dan dapat mengambil keputusan yang tepat, semakin

tinggi nilai perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan pendanaan dalam jumlah besar dari investor yang akan menanamkan modalnya sehingga mampu digunakan untuk proses pengembangan perusahaan. Kenaikan pada nilai perusahaan telah dianggap sebagai hasil kinerja perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab yang telah diberikan oleh pemegang saham untuk memenuhi keinginannya dan mencapai tujuan perusahaan. Ada beberapa cara perhitungan nilai perusahaan yaitu *Price Book Value* (PBV), *Price Earning Ratio* (PER), dan *Tobin's Q* (Anggraini, 2021).

Nilai perusahaan menjadi faktor utama dan paling penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan kedepannya. Karena dari nilai perusahaan tersebut menggambarkan seberapa baik asset perusahaan. Dengan adanya investasi akan memberikab sinyal yang baik mengenai pertumbuhan perusahaan diwaktu yang akan mendatang, sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan (*signalling theory*). Peran manajemen perusahaan sangat penting untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang terbaik sehingga mampu memberikan pengaruh untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Manajemen perusahaan juda diharapkan dapat memaksimalkan nilai perusahaannya juga (Dayanty & Setyowati, 2020).

3. *Leverage*

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* terjadi karena

perusahaan dalam menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap bagi perusahaan. Dari sudut pandang manajemen keuangan, rasio *leverage* keuangan membawa dampak yang sangat penting dalam pengukuran rasio finansial perusahaan. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *stakeholders*. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi supaya dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Silalahi & Ardini, 2017).

Leverage digunakan mengamati seberapa jauh aset yang digunakan dalam kegiatan usaha dipenuhi dari hasil pinjaman dibandingkan dengan modal keuangan internal sendiri. Hal ini berarti, skala dalam *leverage* akan menggambarkan berapa jumlah aset dalam perusahaan yang dimiliki pemegang saham, dibandingkan aset yang dimiliki pemberi hutang (kreditur). Perusahaan dapat dikategorikan mempunyai rasio *leverage* tinggi jika banyak aset milik perusahaan lebih sedikit dibanding jumlah aset kreditur (Utami & Latief, 2021).

4. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar laba perusahaan dalam memanfaatkan adanya sumber daya. Rasio profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan jumlah cabang.

Rasio profitabilitas memiliki arti yang sangat penting untuk semua pengguna laporan keuangan, terutama investor ekuitas dan kreditur. Bagi investor ekuitas, laba (*profit*) yang merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai dari efek sekuritas, sedangkan bagi kreditur, laba dan arus kas umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok. Rasio profitabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (Azizah & Mukaromah, 2020).

Apabila nilai perusahaan tersebut tinggi maka dapat menunjukkan kemakmuran para investor juga akan meningkat. Untuk itu, manajemen perusahaan diharapkan dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang terbaik sehingga memaksimalkan nilai perusahaan. Prospek dari suatu perusahaan dapat dilihat dari bagaimana perusahaan itu mengatur kinerja keuangannya. Kinerja keuangan tersebut dapat diukur dari seberapa besar profitabilitas yang didapat. Sehingga perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa pihak manajemen mampu melakukan efisiensi dalam peputaran asset suatu perusahaan (Dayanty & Setyowati, 2020).

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari nilai total asset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan serta rata-rata total asset. Ketika perusahaan memiliki total asset yang besar maka pihak manajemen dapat mengoptimalkan pengelolaan asset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka

akan semakin mudah untuk menjalankan usahanya dan berdampak baik pada kinerja keuangan perusahaan. Investor, kreditor dan konsumen cenderung lebih memilih perusahaan besar dengan total aset yang besar pula karena perusahaan kecil akan mengalami kesulitan untuk bertahan dan menjalankan bisnisnya pada persaingan yang semakin ketat. Ukuran perusahaan yang besar juga berpengaruh pada kemduahan perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan bagi perusahaan (Silalahi & Ardini, 2017).

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Novari & Lestari, 2016).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik bersifat internal maupun eksternal. Investor akan lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar. Dikatakan juga bahwa besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki resiko yang lebih rendah

daripada perusahaan kecil perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki control yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil (Hery, 2017).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian-penelitian terdahulu mengenai topic yang bersangkutan dengan penelitian ini:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Yerisma Welly, Elly Susanti, Khairul Anwar, Ernest Grace <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat Pada Perusahaan Makanan dan Minuman FINANCIAL : Jurnal Akuntansi (2019) Volume 5, Nomor 2, Halaman 1-10	Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : <i>Leveage</i> (X1) Profitabilitas (X2)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh negatif, profitabilitas berpengaruh positif, ukuran perusahaan mampu memoderasi terhadap hubungan antara <i>leverage</i> dan profitabilitas dengan nilai perusahaan.
2.	Dian Pangesti, Untung Sriwidodo, dan Edi Wibowo Pengaruh <i>Net Profit Margin</i> dan <i>Debt To Equity Ratio</i> Terhadap	Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Debt To Equity Ratio</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai

	<p>Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan (2020)</p> <p>Volume 20, Nomor Halaman 54-67</p>	<p>Variabel Independen : <i>Net Profit Margin</i> (X1) <i>Debt to Equity Ratio R</i> (X2)</p>	<p>perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh <i>debt to equity ratio</i> terhadap nilai perusahaan.</p>
3.	<p>Annisa Dayanty dan Widhy Setyowati</p> <p>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)</p> <p>Jurnal Magisma (2020) Volume VIII, Nomor 2, Halaman 77-87</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Kinerja Keuangan (Profitabilitas (ROA))</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak memoderasi variabel ROA terhadap nilai perusahaan</p>
4.	<p>Maria Florentina Meze</p> <p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018 Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (2020)</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : <i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, <i>leverage (DER)</i> secara parsial negative terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.</p>
5.	<p>Slamet Mudjijah</p> <p>Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan</p> <p>Jurnal Akuntansi dan Keuangan (2019) Volume 8, Nomor 1, Halaman 41-</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Profitabilitas (ROA) (X1) Struktur Modal (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Ukuran Perusahaan memoderasi</p>

	56		pengaruh kinerja keuangan (<i>ROA</i>) terhadap nilai perusahaan.
6.	<p>Aliyah Ramadhani, Sodik dan Gunarianto</p> <p>Pengaruh CSR dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan <i>Firm Size</i> Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan <i>Property/Real Estate</i> yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2018</p> <p>Jurnal Ilmu Manajemen (2021) Volume 7, Nomor 1, Halaman. 15-21</p>	<p>Variabel Moderasi: <i>Firm Size</i> (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : CSR (X1) Profitabilitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (manajemen laba)</p>
7.	<p>Vivi Apriliyanti, dkk</p> <p>Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai dan Ukuran Perusahaan</p> <p>Jurnal Magister Akuntansi Trisakti (2019) Volume 6, Nomor 2, Halaman 201-224</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Kebijakan Hutang (X1) Kebijakan Dividen (X2) Profitabilitas (X3) Pertumbuhan Penjualan (X4) Kesempatan Investasi (X5)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan,</p>
8.	<p>Andri Waskita Aji dan Fitri Fahmi Atun</p> <p>Pengaruh <i>Tax Planning</i>, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)</p> <p>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (2019) Volume 9, Nomor 3, Halaman 222-</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Tax Planing</i> (X1) Profitabilitas (X2) Likuiditas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memperlemah hubungan keduanya</p>

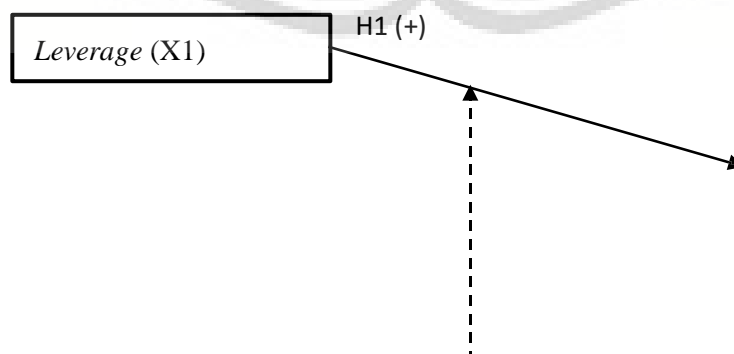
	234		
9.	<p>Hotman Tohir Pohan, Ice Nasyrah Noor, dan Yudha Fatrya Bhakti</p> <p>Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Jurnal Akuntansi Trisakti (2018) Volume 5, Nomor 1, Halaman 41-52</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (X1) Profitabilitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
10.	<p>Andri Waskita Aji dan Fitri Fahmi Atun</p> <p>Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (2019) Volume 9, Nomor 3, Halaman 222-234</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Tax Planning (X1) Profitabilitas (X2) Likuiditas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan memperlemah hubungan positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan</p>
11.	<p>I Nyoman Ade Suwardika dan I Ketut Mustanda</p> <p>Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti</p> <p>E-Jurnal Manajemen Unud (2017) Volume 6, Nomor 3, Halaman 1248-1277</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Profitabilitas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan <i>negative</i> terhadap nilai perusahaan</p>
12.	<p>Debi Eka Putri, Rico Nur Ilham, dan Anggraini Syahputra</p> <p>Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Edunomika (2021) Volume 5, Nomor 2, Halaman 1-12</p>	<p>Variabel Moderasi Profitabilitas (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
13.	<p>Elsi Ariska Dewi dan Anang Subardjo</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan ukuran</p>

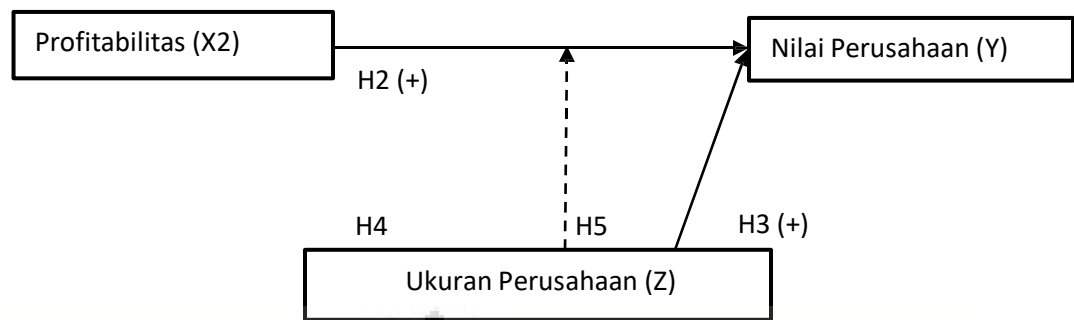
	<p>Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Size, Peluang Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (2021)</p> <p>Volume 10, Nomor 6, Halaman 1-24</p>	<p>Variabel Independen : Kepemilikan Manajerial (X1) Leverage (X2) Size (X3) Peluang Investasi (X4)</p>	<p>perusahaan (SIZE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan leverage tidak berpengaruh pada nilai perusahaan</p>
14.	<p>Riski Dina Utami dan Azhar Latief</p> <p>Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018</p> <p>Borneo Studen Research (2021) Volume 2, Nomor 3, Halaman 2123-2131</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Profitabilitas (X1) Leverage (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.</p>
15.	<p>Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari</p> <p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate</p> <p>Jurnal Manajemen (2016) Volume 5, Nomor 9, Halaman 5671- 5694</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Ukuran Perusahaan (X1) Leverage (X2) Profitabilitas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
16.	<p>Dr. Ali Khalifa Ali Stela dan Dr. AbdalSam Mohamed Abed Rhumah</p> <p><i>Effect of Board Diversity, Audit Committee, Managerial Ownership, Ownership of Institutional, Profitability and Leverage on Value of the Firm</i></p> <p>Internasional Journal of Financial Management (IJFM) (2017) Volume 8, Nomor 1, Halaman 1-10</p>	<p>Variabel Dependen : <i>Value of the Firm</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Board Diversity (X1) Audit Committee (X2) Managerial Ownership of Institutional (X3) Profitability (X4) Leverage (X5)</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
17.	<p>Yunita Kurniawati, Suwardi B. Hermanto, dan Bambang Suryono</p>	<p>Variabel Moderasi : Profitability (Z)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p>

	<p><i>The Influence of Sosial Ressonpibility and Leverage on Company Value with Profitability as Mediator</i></p> <p>Budapest Internasional Research and Critics Institute J-ournal (BIRCI-Journal) (2021)</p> <p>Volume 4, Nomor 3, Halaman 4753-4765</p>	<p>Variabel Dependen : Company Value (Y)</p> <p>Variabel Independen : Sosial Ressonpibility (X1) Leverage (X2)</p>	<p>Leverage dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</p>
18.	<p>Bulan Oktrima</p> <p>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Sruktur modal terhadap nilai perusahaan</p> <p>(Jurnal Sekuritas- Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)</p> <p>Volume 1, Nomor 1, Halaman 98-107</p>	<p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen: X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Struktur Modal</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>
19.	<p>Rara Sukma Palupi dan Susanto Hendiarto</p> <p>Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan Properti & Real Estate</p> <p>Volume 2, Nomor 2, Halaman 177-185</p>	<p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independen: X1 : Kebijakan Hutang X2 : Profitabilitas X3 : Kebijakan Dividen</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Gambar 2.1
Kerangka Koseptual





Keterangan :

→ : Pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

- - - - - → : Pengaruh moderasi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

1. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Leverage merupakan salah satu mekanisme eksternal. Perusahaan mendapatkan pembiayaan dari luar yang disebut hutang, hutang ini biasanya berasal dari bank maupun lembaga keuangan lainnya. Pihak yang memberikan hutang akan mengawasi manajer untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Pengawasan ini memungkinkan pihak pemegang hutang untuk mengetahui layak tidaknya perusahaan dalam menerima hutang dan memenuhi perjanjian hutang. Keputusan *leverage* menghasilkan insentif bagi manajer dengan tujuan manajer

akan memperoleh langkah meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat diukur dengan membandingkan kewajiban dengan total aset (Pangesti dkk, 2020).

Leverage dapat dipahami sebagai penentu dari risiko yang menempel pada suatu perusahaan. Artinya *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Sehingga *leverage* perlu dikelola karena penggunaan hutang yang baik juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan hutang dipandang positif oleh investor sebagai meningkatnya kesempatan perusahaan untuk berkembang sehingga investor berkesempatan untuk mendapatkan pengembalian investasi yang lebih tinggi tanpa harus mengurangi proporsi kepemilikan investor terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti perusahaan yang berhutang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi. Perhitungan hutang diartikan oleh pihak luar sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban dimasa akan datang yang akan direspon secara positif oleh pasar (A. S. Putri & Miftah, 2021).

Leverage digunakan untuk mengukur proporsi hutang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mempresentasikan apakah perusahaan memiliki nilai aset yang cukup untuk menutup hutang yang dimiliki (Ramadhiani & Dewi , 2018). Peningkatan nilai DER dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan utang sebagai sumber pembiayaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang baik lebih memilih pendanaan dengan menggunakan utang daripada

menerbitkan saham baru. Hal ini karena pendanaan dengan utang tidak akan menurunkan return bagi investor selama manfaat utang lebih besar daripada beban yang ditimbulkan (Utami & Prasetiono, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan Utami & Latief (2021) *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan Suwardika & Mustanda (2017) *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Welly dkk (2019) *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Tingkat profitabilitas atau keuntungan yang dilaporkan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor untuk menginvestasikan uangnya kedalam perusahaan tersebut, banyak pendapat yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi akan menjadi sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal kedalam perusahaan tersebut sehingga permintaan saham atas perusahaan modal kedalam perusahaan tersebut sehingga permintaan saham atas perusahaan tersebut meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat resiko perusahaan juga dapat dijadikan sinyal bagi investor, tingkat resiko perusahaan dapat dilihat dari penggunaan hutang perusahaan untuk membiayai biaya operasional perusahaan, semakin tinggi penggunaan hutang maka akan semakin tinggi pula resiko yang ditanggung, dan investor akan menangkap sinyal positif

terhadap perusahaan yang memiliki tingkat resiko yang rendah (Utama & Fidiana, 2016).

Penelitian ini ingin menggunakan rasio profitabilitas yang di hitung dengan *Return On Asset* (ROA). Profitabilitas merupakan rasio yang biasa digunakan dalam mengukur kesanggupan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu. Semakin besar profitabilitas maka akan menarik minat investor untuk menanamkan dananya dengan anggapan bahwa return yang akan dihasilkan juga besar (Dayanty & Setyowati, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aji & Atun (2019) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pohan dkk (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif nilai perusahaan. Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanti dkk (2019) profitabilitas tidak berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang tampak dalam nilai total aset perusahaan. Perusahaan yang besar dinilai memiliki kinerja operasional yang baik dan memiliki keuangan yang mapan dan stabil, sehingga dengan kestabilan keuangan yang dimiliki kinerja yang baik dan menjanjikan untuk membalas imbal hasil atas investasi yang diberikan sehingga nilai perusahaan meningkatkan. Selain itu ukuran perusahaan yang besar

juga akan mudah untuk mendapatkan dana dari pihak ketiga yaitu kreditur dengan cara mengajukan asetnya yang besar hal ini dipastikan mempermudah perusahaan melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi yang dapat menjadikan perusahaan menjadi lebih berkembang pesat hal ini yang dilihat oleh investor sebagai sinyal positif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Aldi dkk, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mariani & Suryani (2018) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sama seperti penelitian yang dilakukan Novari & Lestari (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Mudjijah (2019) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi

Ukuran perusahaan kurang dapat mendukung pendanaan melalui utang yang berguna untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pendanaan melalui utang juga dapat memberikan risiko keuangan (*financial risk*), yaitu tambahan risiko yang dibebankan para pemegang saham biasa sebagai akibat dari keputusan untuk melakukan pendanaan melalui utang. Utang jangka pendek maupun jangka panjang harus dibayar kembali. Semakin besar proporsi utang pada struktur modal perusahaan, maka semakin tinggi beban tetap dan komitmen pembayaran

kembali yang ditimbulkan. Kemungkinan perusahaan tidak mampu membayar bunga dan pokok pinjaman saat jatuh tempo dan kemungkinan kerugian kreditor juga meningkat. Penggunaan utang yang mencapai titik maksimum, akan memungkinkan terjadinya *financial distress*, yaitu kondisi dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan terancam bangkrut, sehingga menimbulkan biaya kebangkrutan (*bankruptcy cost*). Perusahaan yang bangkrut akan menanggung beban hukum dan akuntansi yang sangat tinggi, dan perusahaan juga akan sulit mempertahankan pelanggan, pemasok dan karyawannya, semakin besar utang maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham sehingga dapat menurunkan harga saham. Tingkat utang yang semakin rendah membuat nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor. Implikasi dari penelitian ini adalah pihak manajemen perusahaan perlu menentukan struktur modal dengan menggunakan utang pada tingkat tertentu serta harus meningkatkan kinerja perusahaan agar investor terus berinvestasi di perusahaan yang nantinya akan meningkatkan harga saham dan berdampak baik pada nilai perusahaan di mata investor (Pangesti dkk, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Welly dkk (2019) ukuran perusahaan mampu memoderasi terhadap nilai perusahaan dengan leverage. berbeda dengan (Pangesti dkk, 2020) ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Utama & Fidiana (2016)

ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi (mempengaruhi) hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan.

Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H4 : Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan.

5. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi

Profitabilitas mencerminkan berapa laba yang diberikan oleh perusahaan. Laba yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik dari perusahaan. Hal ini memberi informasi ke pasar, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga hal ini dapat membuat nilai perusahaan naik (Munthe, 2018). Perusahaan besar cenderung akan menjalankan kegiatan operasionalnya secara teratur. Penggunaan aset-aset yang secara maksimal juga akan menjadikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan selain sahamnya. Ukuran perusahaan yang besar akan dinilai mampu menghasilkan profitabilitas yang tinggi (Apriliyanti dkk, 2019).

Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan (ROA) dan nilai perusahaan. Kinerja keuangan (ROA) yang diukur dengan menggunakan return on asset menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang semakin besar lebih leluasa dalam mengelola sumber daya sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan

lebih dikenali oleh masyarakat dan akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini akan berpengaruh pada penjualan dan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan sehingga kesejahteraan pemegang saham sebagai ukuran nilai perusahaan akan meningkat (Mudjijah, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan Menurut Pohan dkk (2018) dan Apriliyanti dkk (2019) telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan kecil untuk menguasai pasar dan mendapatkan tingkat keuntungan yang tinggi. Hal yang sama dinyatakan juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Mudjijah, (2019). Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H5 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.