

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Spence (1973) menerangkan bahwa teori sinyal adalah pesan yang diberikan kepada investor atau pihak penerima dengan berupa informasi laporan keuangan, informasi laporan keuangan tersebut kemudian menyajikan catatan mengenai keadaan suatu perusahaan dimasa mendatang. Informasi yang diterima baik dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima tentang perusahaan tersebut (Priyatama dan Pratini, 2021).

Informasi yang diberikan ke publik biasanya bertujuan untuk memberikan pengumuman tentang sinyal yang akan diberikan pada investor dalam mengambil keputusan investasi. Sinyal biasanya berupa *bad news* atau *good news*, dan sinyal mempengaruhi fluktuasi harga saham suatu perusahaan. Ketika sebuah perusahaan memberikan sinyal yang baik, harga saham naik. Namun sebaliknya dengan perusahaan yang menginformasikan kabar tidak baik maka harga sahamnya cenderung menurun, dan investor akan membeli saham perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus mengirimkan sinyal yang diterima pasar, dan sinyal tersebut sudah dikenal luas dan tidak mudah diikuti oleh perusahaan yang berkualitas rendah.

Dalam teori ini terdapat dorongan yang kuat terkait dengan adanya informasi laporan keuangan pada pihak luar dalam perusahaan, dengan adanya sinyal yang berupa laporan keuangan tahunan akan mampu meyakinkan pihak eksternal untuk menanamkan modalnya. Dorongan ini disebabkan dengan timbulnya asimetris informasi (informasi asimetris) antara perusahaan dan pihak eksternal (Wiagustini, 2017). Informasi ini berarti informasi tentang bagaimana suatu perusahaan dapat berhasil menjalankan usahanya melalui hutang yang efektif dan efisien. Perusahaan berharap informasi ini dapat memberikan dampak positif kepada investor tentang kesehatan perusahaan dan investor akan dapat dengan mudah mempercayai mereka untuk berinvestasi di perusahaan untuk meningkatkan nilainya.

2. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan terjadi karena adanya hubungan antara agen (manajer) dan prinsipal (pemegang saham). Penjelasan adalah bahwa dalam hal ini terdapat penjelasan mengenai pemisahan antara kepemilikan perusahaan dan tanggung jawab pengambilan keputusan (Jensen dan Meckling, 1976). Dalam hal ini sering sekali terjadi sebuah permasalahan-permasalahan, permasalahan yang timbul antara pemilik dan agen sering terjadi karena perbedaan pola pikir yang sangat menonjol. Dalam hal ini, utang sering disebut sebagai saluran laba untuk mengurangi keputusan yang saling bertentangan terkait dengan arus kas bebas. Perusahaan yang menggunakan hutang

biasanya dipaksa oleh manajer untuk membelanjakan (membayar bunga) utang perusahaan.

Konflik antar principal dapat terjadi karena terdapat perkembangan perusahaan atau entitas yang semakin besar, konflik ini muncul antara pemegang saham dan perwakilannya yang diwakili dalam hal ini oleh manajemen. Tidak selalu mungkin bagi tim manajemen yang terlibat dalam sebuah perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Masalah agensi (*problem agency*) sering muncul akibat seorang manajemen mempunyai keinginan tersendiri yang bertentangan dengan kepentingan pemilik perusahaan. Hal ini terjadi karena seorang manajer lebih mengetahui secara jelas kondisi perusahaan dan akan lebih banyak memiliki informasi internal dibandingkan dengan principal. Ketidakseimbangan informasi ini disebut dengan asimetri informasi (Sembiring, 2020).

3. Teori *Trade-Off*

Perusahaan menggunakan sebagian dari hutang mereka dan sebagian dari ekuitas mereka yang lain untuk membiayai operasi mereka. *Teori trade-off* berpendapat bahwa struktur modal adalah hasil dari pertimbangan antara manfaat pajak dan utang dan biaya penggunaan utang. *Teori trade-off* dalam penggunaan hutang menjelaskan posisi struktur modal yang kurang optimal, jadi setiap perusahaan yang hutangnya bertambah maka nilai perusahaan akan turun.

Utang juga bermanfaat bagi bisnis menurut teori *trade-off*, tetapi ketika pajak dihitung lebih sedikit, utang juga dapat menimbulkan biaya yang pada akhirnya menyebabkan kebangkrutan. Pengurangan pajak merupakan suatu keuntungan pada perusahaan dalam menggunakan hutangnya, apabila penggunaan hutang berlebihan maka perusahaan tidak boleh lagi menambahkan hutangnya. Mengapa demikian, karena semakin tinggi perusahaan menambahkan hutang maka resiko yang ditanggung suatu perusahaan akan semakin tinggi. Risikonya yaitu berupa ketidakmampuan perusahaan membayar bunga atau membayar pinjaman yang terlalu tinggi itu, yang seharusnya hutang itu dibayar rutin dengan kontrak perjanjian yang sudah ada tanpa mepedulikan besarnya laba pada perusahaan tersebut.

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan disebut juga dengan nilai wajar, sebagaimana dijelaskan oleh pendapat investor terhadap emiten yang bersangkutan. Manajer keuangan perlu menetapkan tujuan yang ingin dicapai ketika mengambil keputusan keuangan. Sehingga jika keputusan keuangan itu tepat, maka hal itu akan membuat nilai perusahaan semakin maksimal dan pada akhirnya perusahaan mampu meningkatkan kemakmuran pemilik. Nilai perusahaan dapat digambarkan sebagai nilai yang akan dibayar oleh calon pembeli atas penjualan perusahaan.

Dalam hal ini untuk meraih keuntungan atau kekayaan khususnya bagi pemegang sahamnya merupakan keinginan suatu perusahaan

untuk bisa memakmurkan pemegang saham. Tujuan ini bersifat komprehensif karena pada prinsipnya dapat dipengaruhi oleh keputusan sektor keuangan (Tika, 2012:124). Investor menyadari bahwa harga saham sering dikaitkan dengan nilai perusahaan dan bahwa nilai perusahaan yang dibentuk oleh indeks pasar saham dan peluang investasi sangat berpengaruh. Dalam hal ini, penanaman modal dapat memberikan sinyal baik kepada manajemen mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang dan naiknya harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Dalam hal ini, ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu metode *price-to-book* dan metode *Tobin's Q*.

Menurut Oktavia dan Nugraha (2020), nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari suatu perusahaan relatif terhadap harga sahamnya dan dapat mempengaruhi keputusan keuangan yang mencerminkan nilai perusahaan yang optimal. Pengukuran *Price to Book Value* (PBV) yaitu :

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

Selain menggunakan PBV, proksi lain digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah metode *Tobin's Q*. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *Tobin's Q* semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan. *Tobin's Q* dapat diukur dengan rumus (Hermuningsih, 2013:138) :

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Berdasarkan proksi yang sudah dijelaskan diatas, peneliti memilih menggunakan rumus *Tobin's Q* dalam mengukur nilai perusahaan.

5. *Leverage*

Leverage adalah ukuran kewajiban keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2014:153), rasio ini dapat dipakai guna mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh utang. Sedangkan pendapat Fahmi (2015:106), utang adalah suatu ukuran terhadap besarnya perusahaan dibiayai oleh modal luar. Menggunakan tingkat utang yang tinggi sebenarnya menempatkan perusahaan pada risiko. Karena dalam hal ini perusahaan masuk dalam kategori hutang ekstrim. Artinya, perusahaan memiliki utang yang besar dan kesulitan membayar utangnya.

Dapat disimpulkan bahwa rasio utang adalah indikator keuangan yang memprediksi kemampuan perusahaan untuk mencapai kewajiban jangka panjang seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir, dan kewajiban lainnya dapat dilampirkan. Menurut Kasmir (2014:155) pengukuran *leverage* dapat diukur dengan rumus :

a. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Rasio keuangan akan mewakili proporsi relatif dari modal dan hutang yang digunakan untuk mendanai aset perusahaan. DER dapat diukur dengan menggunakan rumus :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

b. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Rasio ini mengukur seberapa besar suatu perusahaan bergantung pada kewajibannya untuk membiayai asetnya.

Rumusnya :

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Asset}}$$

c. *Times Interest Earned Ratio*

Rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan untuk menutupi beban bunga atau beban bunga di masa depan.

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Beban Bunga}}$$

Dari ketiga indikator yang disajikan sebagai indikator tingkat *leverage*, peneliti menggunakan *Debt-to-Equity Ratio* (DER) sebagai indikator untuk studi leverage mereka.

6. Profitabilitas

Pendapat Kasmir (2012:196), bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam melihat kemampuan perusahaan yang menghasilkan laba. Dalam hal ini profit menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan bekerja untuk menghasilkan laba. Profitabilitas juga menggambarkan keseimbangan antara pendapatan perusahaan dan

kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan di berbagai tingkat operasi, hubungan yang mencerminkan efektivitas dan kesuksesan manajemen secara menyeluruh (Kasmir 2012). Penggunaan ukuran ini dapat didasarkan pada membandingkan bagian yang berbeda dari laporan keuangan, terutama neraca dan laporan laba rugi. Tujuannya adalah melihat penurunan atau pertumbuhan perusahaan selama periode waktu tertentu dan mencari tahu apa yang mengubah perusahaan. (Kasmir, 2012:196).

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang menguntungkan berusaha untuk memberikan informasi kepada pemangku kepentingan dalam bentuk sinyal positif bahwa perusahaan melakukan dengan baik dalam bisnisnya dan sebagai hasilnya perusahaan diharapkan untuk menghasilkan tingkat pendapatan yang tinggi dan mampu mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi. Mengapa demikian, karena profitabilitas merupakan suatu keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Kinerja dan prospek perusahaan baik diakibatkan karena perusahaan mampu menghasilkan labanya (Apriliyanti, Hermi, dan Herawaty, 2019).

Menurut Kasmir (2020:199-209) secara garis besar ada 4 jenis utama yang digunakan untuk menilai profitabilitas, yaitu:

1. *Profit Margin On Sale*

Margin laba atas penjualan adalah rasio profitabilitas yang dipakai untuk mengukur besarnya *profit margin on sale*. Dalam

rasio *Profit Margin on Sales* ini terdapat 2 macam rumus, yaitu sebagai berikut:

a. Margin Laba Kotor

Besarnya margin laba kotor atau *profit margin* diukur dengan rumus:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

b. Margin Laba Bersih

Margin laba bersih atau yang sering disebut dengan *net profit margin* dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return On Investment* (ROI)

Rasio yang memperlihatkan kinerja dari total aset yang dikeluarkan dalam perusahaan. Rumusnya:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

3. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini mewakili pengembalian yang diterima investor setelah dikurangi hutang investor dari modal yang diinvestasikan.

Rumusnya :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. *Earning Per Share* (Laba Per Lembar Saham)

Rasio ini dapat mewakili pengembalian yang diterima oleh investor atas modal yang diinvestasikan dan dikurangkan dari kewajiban investor. ROE dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan yaitu ROE. Hal ini karena rasio ROE menerangkan bahwa tingginya perusahaan, akan diikuti juga dengan tingginya harga saham.

7. *Growth Opportunity*

Peluang pertumbuhan perusahaan atau *growth opportunity* adalah faktor utama yang menjadi pengaruh pada nilai suatu perusahaan dan memberikannya peluang pertumbuhan di masa depan (Hermuningsih, 2013). Baiknya kondisi perusahaan ditandai dengan adanya peluang pertumbuhan perusahaan yang positif dan hal tersebut dapat memungkinkan perusahaan untuk melakukan perluasan usaha. Perusahaan diharapkan mampu dengan peluang pertumbuhan yang lebih besar dan diharapkan perusahaan dapat meraih dan menghasilkan laba yang tinggi.

Saham dipilih untuk membiayai operasional perusahaan jika perusahaan menunjukkan tingginya pertumbuhan di masa depan

(Hermuningsih, 2013:132). Peluang investasi ini bisa menaruh frekuensi positif pada investor mengenai pertumbuhan perusahaan pada masa depan. Sinyal yang ditangkap nantinya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan dapat diukur dengan cara berikut:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Ukuran yang dipakai untuk membandingkan harga pasar suatu saham dengan laba per saham (EPS).

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

b. *Total Asset*

Total Asset diartikan sebagai suatu indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi sebagai perusahaan *going concern*.

$$Asset = \frac{\text{Total Asset } (t) - \text{Total Asset } (t-1)}{\text{Total Asset } (t-1)}$$

Dari ke dua proksi yang disajikan sebagai indikator dari *growth opportunity*, peneliti memilih menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) sebagai indikator dari penelitian terhadap *growth opportunity*.

8. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan disebut juga indikator kekuatan finansial (Hermuningsih, 2012: 233). Ukuran perusahaan ditentukan oleh angka penjualan dan jumlah asetnya. Hal ini didasarkan pada ukuran

perusahaan besar cenderung memiliki akses ke berbagai sumber informasi. Masyarakat cenderung lebih mengenal perusahaan besar karena mereka memiliki total aset dengan nilai aset yang jauh lebih tinggi. Hal ini memudahkan perusahaan untuk mencari investor dan memperoleh modal untuk mendukung operasi mereka.

Perusahaan secara luas dikategorikan ke dalam 3 bagian, perusahaan besar, perusahaan menengah, dan UKM. Ukuran yang ditentukan pada perusahaan ini bisa dilihat pada total aset perusahaan, dengan perusahaan yang besar cenderung mempunyai akses yang jauh lebih tinggi juga untuk menerima dana dari kreditur dan lebih mudah untuk memenangkan persaingan dan tentunya perusahaan yang besar akan bertahan dalam dunia industri karena tingginya ukuran perusahaan akan diikuti pula dengan pendapatannya. Di sisi lain, jika perusahaan kecil akan mendapat ketidakpastian karena perusahaan kecil lebih rentan jika berhubungan dengan suatu perubahan yang mendadak.

Ketika mengukur ukuran suatu perusahaan, total aset digunakan sebagai cerminan dari ukuran perusahaan dan semakin besar aset, maka diikuti juga dengan besarnya ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Size = Ln (Total Asset)$$

Dengan demikian, peneliti memilih menggunakan *Size* sebagai indikator dari penelitian terhadap ukuran perusahaan.

9. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pada dasarnya, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial dan lingkungan kepada masyarakat, lingkungan dan pemangku kepentingan. Hal ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk menghindari dampak negatif terhadap orang lain dan lingkungan dan meningkatkan kualitas masyarakat, termasuk karyawan, pemasok, pelanggan dan lingkungan bisnis (Yusrianti, 2013).

Dalam hal ini, pengungkapan CSR perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Generation 4 (G4) Global Reporting Initiative (GRI) Index*. Indeks tersebut terdiri dari 91 indikator kinerja dalam tiga kategori (ekonomi, lingkungan dan sosial). Tingkat indeks pengungkapan CSR suatu perusahaan mengikuti tingkat pengungkapan CSR-nya. Indikator CSR dapat dihitung berdasarkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan masing-masing perusahaan yang terdaftar, dengan memberi nilai 1 atau 0 yang ada di indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR. Pengukuran CSR dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, *growth opportunity*, ukuran perusahaan, dan *corporate*

social responsibility terhadap nilai perusahaan yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
1.	<p>Penulis : Angelica, L. (2022)</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Firm Size, Profitability,</i> Terhadap <i>Company Value</i> Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai <i>Variabel Pemoderasi</i></p> <p>Jurnal : Doctoral dissertation, STIE YKPN</p>	<p>Variabel Independen : <i>Firm Size Profitability</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Company Value</i> Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai <i>Variabel Pemoderasi</i></p>	<p>1.) <i>Firm Size</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
2.	<p>Penulis : Trisnawati, R., dan Wulandari, D. (2022)</p> <p>Judul : Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Reporting, Investment Opportunity Set (IOS), Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>Prosiding HUBISINTEK</i>, 2(1), 1061-1061.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Pengungkapan Sustainability Reporting Investment Opportunity Set (IOS)</i> Profitabilitas <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Investment Opportunity Set (IOS)</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
3.	<p>Penulis : Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021, February)</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : In <i>Forum Ekonomi</i> (Vol. 23, No. 1, pp. 29-38).</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Leverage</i> Ukuran Perusahaan Kepemilikan Manajerial</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan.</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
4.	<p>Penulis : Bawai, R., & Kusumadewi, H. (2021).</p> <p>Judul : <i>Effect of Corporate Governance, Firm Characteristic, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Value.</i></p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Economia</i>, 17(1), 20-33.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Corporate Governance, Firm Characteristic, Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Firm Value</i></p>	<p>1.) <i>Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i></p> <p>2.) <i>Firm Charaacteristic</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i>.</p> <p>3.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i>.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
5.	<p>Penulis : Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021, June).</p> <p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : In <i>PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS</i> (pp. 569-576).</p>	<p>Variabel Independen : Ukuran Perusahaan <i>Leverage</i> Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
6.	<p>Penulis : Rahmantari, N. L. L. (2021).</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>Jurnal : <i>Ganec Swara</i>, 15(1), 813-823.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
7.	<p>Penulis : Sentari, M. D. (2021).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, <i>Growth Opportunity</i>, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.</p> <p>Jurnal : <i>JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA</i>, 5(1).</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Growth Opportunity</i> Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
8.	<p>Penulis : Thio, M. A., & Katharina, N. (2021).</p> <p>Judul : <i>The Influence of Corporate Social Responsibility, Company Size, Capital Structure, Profitability and Leverage on Company Value in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019.</i></p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Mantik</i>, 5(2), 1140-1146.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> <i>Company Size</i> <i>Capital Structure</i> <i>Profitability</i> <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Company Value</i></p>	<p>1.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>company value</i>.</p> <p>2.) <i>Company Size</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>company value</i>.</p> <p>3.) <i>Capital Structure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>company value</i>.</p> <p>4.) <i>Profitability</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>company value</i>.</p> <p>5.) <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>company value</i>.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
9.	<p>Penulis : Wina Ayu Isnaeni, Suryo Budi Santoso, Erny Rachmawati, dan Selamat Eko Budi Santoso. Vol.1, No.1, Februari 2021</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan.</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas Pertumbuhan Perusahaan Ukuran Perusahaan Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2) Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4) Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>
10.	<p>Penulis : Akbar, F., & Fahmi, I. (2020).</p> <p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi manajemen</i>, 5(1), 62-81.</p>	<p>Variabel Independen : Ukuran Perusahaan Profitabilitas Likuiditas</p> <p>Variabel Dependen : Kebijakan Dividen Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
11.	<p>Penulis : Herawati, W., & Santoso, B. H. (2020).</p> <p>Judul : STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN PADA LEMBAGA PEMBIAYAAN DI BEL.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)</i>, 9(5).</p>	<p>Variabel Independen : Struktur Modal Likuiditas Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>
12.	<p>Penulis : Putra, I P.P.E. & Putra I M.P.D. (2020).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Hutang, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman.</p> <p>Jurnal : <i>E-Jurnal Akuntansi</i>, 30(8), 2115-2126</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas Hutang Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
13.	<p>Penulis : Andriani, P. R., & Rudianto, D. (2019)</p> <p>Judul : Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Tercatat di BEI (BEI) Periode 2010-2017.</p> <p>Jurnal : <i>Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)</i>, 2(1), 48-60.</p>	<p>Variabel Independen : Likuiditas Profitabilitas <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
14.	<p>Penulis : Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019).</p> <p>Judul : Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis</i>, 14(1), 56-69.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
15	<p>Penulis : Siregar, N. Y., & Safitri, T. A. (2019).</p> <p>Judul : Pengaruh Pengungkapan <i>Enterprise Risk Management, Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, dan Sustainability Report</i> Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Bisnis Darmajaya</i>, 5(2), 53-79.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Enterprise Risk Management Intellectual Capital Corporate Social Responsibility Sustainability Report</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Enterprise Risk Management</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) <i>Sustainability Report</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
16.	<p>Penulis : Susila, M. P., & Prena, G. D. (2019)</p> <p>Judul : Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi</i>, 6(1), 80-87.</p>	<p>Variabel Independen : Keputusan Pendanaan Kebijakan Deviden Profitabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Keputusan Pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Kebijakan Deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
17.	<p>Penulis : Wijaya, A. L., & Pancawati, E. L. (2019).</p> <p>Judul : Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017).</p> <p>Jurnal : <i>INVENTORY: Jurnal Akuntansi</i>, 3(2), 131-140.</p>	<p>Variabel Independen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
18.	<p>Penulis : I Gusti Ayu Diah Yanti. dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019)</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Jurnal : <i>E-Jurnal Manajemen</i>, 8(4), 2297-2324.</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas Ukuran Perusahaan Struktur Modal Likuiditas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
19.	<p>Penulis : Nur, T. (2018).</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Growth Opportunity</i>, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Pada Periode 2014-2017.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia</i>, 5(3), 393-411.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Growth Opportunity</i> Profitabilitas Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
20.	<p>Penulis : Suryana, F. N., & Rahayu, S. (2018).</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Leverage</i>, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016).</p>	<p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> Profitabilitas Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
	Jurnal : <i>e Proceedings of Management</i> , 5 (2)		
21.	Penulis : Sutama, D., & Lisa, E. (2018) Judul : Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal : <i>JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)</i> , 10(1), 21-39.	Variabel Independen : <i>Leverage</i> Profitabilitas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	1.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
22.	Penulis : Ananda, N. A. (2017). Judul : Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal : <i>Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia</i> , 2(1).	Variabel Independen : Profitabilitas Struktur Modal Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	1.) Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2.) Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
23.	<p>Penulis : Indriyani, E. (2017).</p> <p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi</i>, 10(2), 333-348.</p>	<p>Variabel Independen : Ukuran Perusahaan Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
24.	<p>Penulis : Nurminda, A., Isynurwardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015).</p> <p>Jurnal : <i>eProceedings of Management</i>, 4(1).</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Leverage</i> Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
25.	<p>Penulis : Prasetyo, F. E., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2017).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Sebagai Variabel <i>Intervening</i>.</p> <p>Jurnal : <i>JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)</i>, 5(1), 51-62.</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas Pajak <i>Growth Opportunity</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
26.	<p>Penulis : Widyantari, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017).</p> <p>Judul : Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i></p> <p>Jurnal : (Doctoral dissertation, Udayana University).</p>	<p>Variabel Independen : Struktur Modal Profitabilitas Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
27.	<p>Penulis : Rai Prastuti, N. K., & Merta Sudiarta, I. G. (2016).</p> <p>Judul : Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur</p> <p>Jurnal : (Doctoral dissertation, Udayana University).</p>	<p>Variabel Independen : Struktur Modal Kebijakan Dividen Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
28.	<p>Penulis : Ratih, I., & Damayanthi, I. G. A. E. (2016).</p> <p>Judul : Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi.</p> <p>Jurnal : <i>E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana</i>, 14(2), 1510-1538.</p>	<p>Variabel Independen : Kepemilikan Manajerial Profitabilitas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
29.	<p>Penulis : Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016).</p> <p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Jurnal : (Doctoral dissertation, Udayana University).</p>	<p>Variabel Independen : Ukuran Perusahaan <i>Leverage</i> Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>
30.	<p>Penulis : Rudangga, I. G. N. G., Dan Sudiarta, G. M. (2016)</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Mediasi</p> <p>Jurnal : Vol.5/No.7/2016</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Mediasi</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
31.	<p>Penulis : Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016).</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Leverage</i>, Profitabilitas, <i>Size</i>, Dan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)</i>, 5(10).</p>	<p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> Profitabilitas <i>Size</i> <i>Growth Opportunity</i></p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) <i>Size</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4.) <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
32.	<p>Penulis : Ernawati, D., & Widyawati, D. (2015).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)</i>, 4(4).</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Leverage</i> Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

Lanjutan Tabel 2.1 Rangkaian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
33.	<p>Penulis : Hermuningsih, S. (2013).</p> <p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, <i>Growth Opportunity</i>, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia.</p> <p>Jurnal : <i>Buletin ekonomi moneter dan perbankan</i>, 16(2), 127-148.</p>	<p>Variabel Independen : Profitabilitas <i>Growth Opportunity</i> Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3.) Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
34.	<p>Penulis : Sambora, M. N., Siti, R. H. Dan Sri, M. R.</p> <p>Judul : Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Jurnal : Vol. 8 No. 1 Februari 2014.</p>	<p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>1.) Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2.) Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

C. Kerangka Pemikiran

Leverage adalah bagan yang memperlihatkan banyaknya hutang yang digunakan perusahaan untuk mendanai bisnisnya. *Leverage* juga dapat diartikan sebagai salah satu aspek yang dievaluasi dalam mengukur kinerja suatu perusahaan. Resiko yang terjadi pada perusahaan akan

meningkatkan biaya dari utang itu sendiri, hal ini terjadi karena penggunaan utang dalam jumlah yang besar (Brigham dan Houston, 2011:153). Rasio *leverage* diganti dengan *debt to equity ratio* (DER). Rasio DER adalah ukuran keuangan yang menunjukkan rasio relatif modal dan hutang yang dipakai untuk mendanai aset perusahaan (Kasmir, 2015,155).

Profitabilitas dilihat suatu perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang ditunjukkan dengan besarnya laba yang diperoleh perusahaan dari penjualan dan hasil investasi (Apsari dan Dana, 2018). Profitabilitas yang diwakili oleh ROE dalam penelitian ini menunjukkan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang baik dapat dikenali dengan laba atau prospek laba yang tinggi, sehingga mendorong investor untuk meningkatkan permintaan sahamnya. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa semakin menguntungkan suatu perusahaan di masa mendatang, semakin baik pula perusahaan di mata calon penanam modal. Berdasarkan teori sinyal, besarnya laba yang dihasilkan suatu perusahaan mengirimkan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan dan nilai bahwa perusahaan sedang berjalan dengan sangat baik (Apriliyanti, Hermi, & Herawaty, 2019).

Growth Opportunity perusahaan di masa mendatang, seperti yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan di dalam dan di luar perusahaan. Peluang pertumbuhan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rasio PER. Sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan

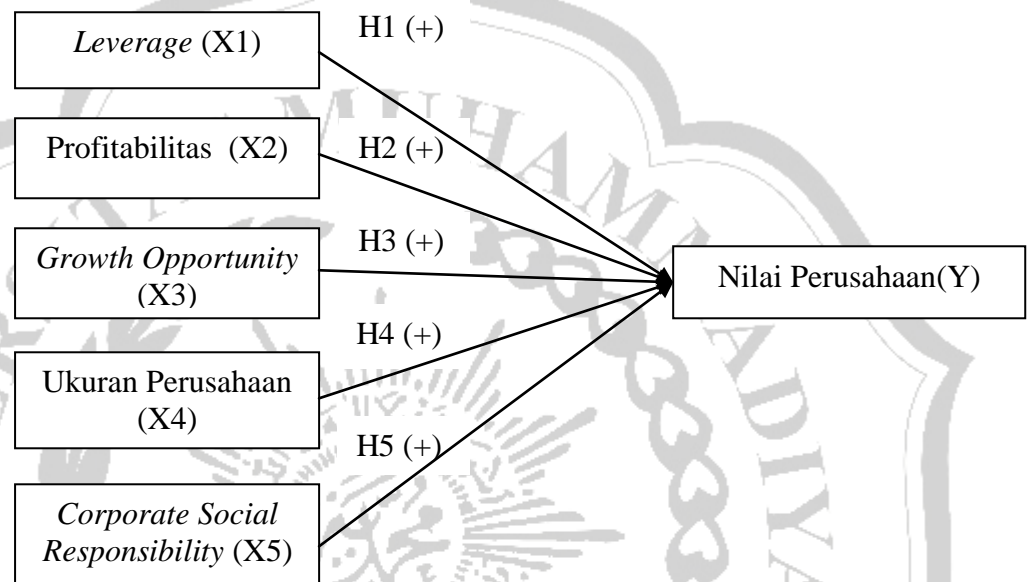
diperoleh dari pengeluaran investasi sehingga hal tersebut dapat menaikkan saham sebagai indikator nilai perusahaan. Teori ini mengemukakan bahwa belanja modal suatu perusahaan dapat memberikan sinyal pertumbuhan masa depan bagi perusahaan, terutama kepada investor dan kreditur.

Ukuran perusahaan disebut sebagai indikator kekuatan keuangan suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012: 233). Perusahaan yang hebat mempunyai pertumbuhan yang hebat sehingga dapat menambah nilai bisnis mereka, hal ini ditunjukkan ketika ukuran perusahaan bernilai besar. Investor berasumsi bahwa perusahaan yang bernilai tinggi berada pada posisi yang stabil dan perusahaan memiliki akses permodalan yang baik, perusahaan tinggi akan dipercaya oleh investor daripada perusahaan kecil. Seperti yang ditunjukkan Dewi dan Wijaya (2013: 360), semakin tinggi perusahaan semakin mudah bagi mereka mendapatkan sumber dana baik internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat diprosikan sebagai $Ln (Total Asset)$, dimana tingginya total aset maka nilai perusahaan juga tinggi.

Tanggung jawab sosial (CSR) adalah proses penting dalam mengelola biaya dan manfaat bisnis dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa dikatakan suatu strategi bagi perusahaan memahami pentingnya tanggung jawab perusahaan mereka untuk meminimalkan dampak negatif yang timbul dari semua kebijakan dan kegiatan bisnis perusahaan. Semakin

besar tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, semakin baik citranya.

Berdasarkan penjelasan di atas, kerangka berpikir yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat memperlihatkan kemampuan suatu bisnis supaya memenuhi semua kewajibannya. Kemampuan ini dilihat dengan persentase modal yang dipakai untuk melunasi hutang. Teori sinyal membuktikan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik terhadap pasar dapat memberikan sinyal yang baik yang diharapkan pasar dapat bisa melihat antara perusahaan yang kualitasnya baik dengan perusahaan yang berkualitas buruk.

Hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2012), menunjukkan bahwa hutang memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Setiadewi (2014), bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan hutang terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas hal yang penting digunakan dalam semua aspek bisnis karena dapat memperlihatkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerja bisnis. Investor yang tertarik pada suatu perusahaan dapat menggunakan profitabilitas untuk menentukan apakah perusahaan tersebut menguntungkan. Profitabilitas juga merupakan ukuran kinerja keuangan perusahaan, semakin bagus kinerja keuangan perusahaan maka semakin banyak keuntungan yang dapat diperoleh pihak penanam modal.

Hubungan antara profitabilitas dan teori sinyal dapat melihat bagaimana manajemen memberikan informasi kepada investor untuk membantu mereka mengetahui prospek masa depan perusahaan tempat mereka menginvestasikan modalnya. Rudangga dan Sudiarta (2016) menyatakan terdapat pengaruh yang positif pada profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Demikian pula dalam Nurmayasari (2012), variabel

yang diukur dengan ROE dan hasilnya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (Dwi dan Ary, 2013), profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Peluang pertumbuhan bisnis menggambarkan Prospek pertumbuhan perusahaan ditahun yang akan datang. Menurut (Hermuningsih, 2013:132) perubahan total aset perusahaan terjadi karena adanya peluang pertumbuhan. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi di masa depan cenderung akan memilih modal untuk membiayai operasional perusahaan. *Signalling theory* menyatakan bahwa harga saham naik sebagai indikator nilai perusahaan yang disebabkan adanya investasi yang memberikan sinyal positif terhadap pertumbuhan perusahaan. Teori ini mengemukakan bahwa belanja modal suatu perusahaan dapat menjadi sinyal baik terutama untuk pemilik modal dan kreditur, bahwa perusahaan akan berkembang baik di masa yang akan datang. Investor mempersepsikan perusahaan yang berkembang sebagai pertanda positif bahwa nilai pasar saham perusahaan akan meningkat di masa mendatang, sehingga memotivasi pemilik modal untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Rahmawati, 2015). Peluang investasi bisa menaruh sinyal positif pada pemilik modal mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Sinyal

yang diterima menurut penanam modal ini bisa mensugesti nilai perusahaan.

Penelitian dilakukan oleh Hermuningsih (2013) menjelaskan bahwa terdapat adanya pengaruh positif signifikan dari *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Sama dengan penelitian Sari (2013) dan Prasetyorini (2013) bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

H3 : *Growth Opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Besar kecilnya suatu perusahaan tercermin dari beberapa faktor, salah satunya adalah total aset. Semakin tinggi ukuran atau ruang lingkup suatu bisnis, semakin lancar untuk memperoleh baik sumber dana dari dalam maupun luar. Selain itu, semakin besar perusahaan, semakin naik harga saham dan nilai perusahaan dan perusahaan dapat melunasi hutangnya melalui aset yang lebih besar.

Teori sinyal berhubungan dengan ukuran perusahaan. Artinya manajemen harus memberikan informasi yang sama kepada pemegang saham tentang ukuran perusahaan sehingga investor dapat mengetahui prospek masa depan perusahaan tempat mereka menanamkan modalnya. Menurut Nuraina (2012), penelitian sebelumnya menemukan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Pernyataan ini juga diikuti oleh penelitian Maryam (2014) dan Prasetyorini (2013) yang menemukan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh beberapa peneliti seperti Gill dan Obradovich (2012) yang menemukan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka kesimpulan yang didapat yaitu :

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Tanggungjawab sosial (CSR) ialah bentuk pemahaman bisnis akan pentingnya tanggung jawab perusahaan untuk meminimalkan dampak buruk yang timbul dari seluruh kebijakan dan kegiatan bisnis perusahaan. Semakin besar tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, maka semakin baik citranya. Maka dari itu pemilik modal tertarik dengan adanya citra sosial yang baik pada perusahaan. baiknya citra perusahaan maka akan diikuti juga oleh tingginya loyalitas pelanggan semakin meningkat penjualan jangka panjang perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Ketika sebuah perusahaan berjalan dengan baik, nilai saham perusahaan juga meningkat. Hasil penelitian sebelumnya oleh Rosiana (2013), Umbara (2014), Putra (2015) dan Ratnadewi (2016) menemukan bahwa *corporate social responsibility*

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

H5 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

