

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diinginkan dimasa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Melaksanakan fungsi manajemen keuangan merupakan hal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kombinasi optimal dari keputusan manajemen dapat mengoptimalkan nilai perusahaan yang akan mempengaruhi kemakmuran pemegang saham. (Utomo dan Christy, 2017)

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham, bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. (Utomo dan Christy, 2017).

Menurut Brigham dan Houston, 2019 terdapat beberapa pendekatan analisis rasio dalam penilaian *market value*, terdiri dari pendekatan *price earning ratio* (PER), *price book value* (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividend yield ratio*, dan *dividend payout ratio* (DPR).

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio *price to book value* (PBV). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Perusahaan yang dipandang baik oleh investor adalah yang mempunyai laba dan arus kas yang aman, dicerminkan melalui PBV. (Brigham dan Houston, 2019).

Penelitian ini menggunakan teori *signalling theory*. *Signaling theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi yang di publikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman tersebut sebagai sinyal yang relevan tentang emiten, dengan cepat (*instant*) akan diserap oleh pasar dan dengan cepat pula pasar mengekspresikannya dalam bentuk harga atau perubahan harga saham di pasar modal. (Tumangkeng dan Mildawati, 2018)

Oleh karena itu, nilai perusahaan yang tinggi akan membuat tingkat kepercayaan dan ketertarikan dari para investor untuk

berinvestasi semakin tinggi pula. Untuk menghasilkan nilai perusahaan yang baik, maka penting bagi perusahaan untuk mengeksplorasi kemungkinan faktor-faktor fundamental yang akan berdampak pada nilai perusahaan.

Dari teori diatas nilai perusahaan menggunakan indikator *price book value* (PBV) yang menggambarkan besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Dan menggunakan teori *signaling theory* untuk memperkuat nilai perusahaan.

2. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan bagaimana suatu perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pertumbuhan aset menunjukkan besarnya dana yang dialokasikan oleh perusahaan ke dalam asetnya. Pertumbuhan aset akan menuntut perusahaan untuk menyediakan dana yang memadai. Pertumbuhan aset yang meningkat memberikan sinyal bahwa perusahaan mampu menggunakan asetnya secara optimal (Susanto, 2016). Pertumbuhan perusahaan yang baik akan memberikan tanda bagi perkembangan perusahaan. Peningkatan aset memiliki potensi yang tinggi untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang. Jika perusahaan mampu meningkatkan asetnya, maka dapat dikatakan bahwa hasil operasional perusahaan tersebut juga meningkat. Jika pertumbuhan perusahaan berkembang secara baik, maka investor akan

menilai bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan. Adanya respon dari investor, dapat berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan sehingga akan mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat pula. (Ramdhonal, dkk. 2019).

Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari berbagai segi yaitu segi sales (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. (Fahmi, 2014).

Variable pertumbuhan aktiva (*asset growth*) didefinisikan sebagai perubahan (tingkat pertumbuhan) tahunan dari aktiva total. Variable ini diprediksi mempunyai hubungan positif dengan Beta. (Hartono, 2017).

★ Teori dalam pertumbuhan perusahaan adalah *Signaling Theory*. Godfrey et al. (2010) dalam Filbert dan Jonnardi (2020) mengatakan bahwa *signaling theory* adalah tindakan manajer yang menggunakan akun-akun dalam suatu laporan keuangan untuk memberikan sinyal harapan dan tujuan masa depan. Manajer yang mengharapkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi, tentu mereka akan berusaha memberikan sinyal kepada investor melalui akun-akun tersebut.

Dalam penelitian pertumbuhan perusahaan indikator yang digunakan adalah *growth*. Dan untuk memperkuat hubungan positif terhadap nilai perusahaan menggunakan teori *signaling theory*.

3. Struktur Modal

Menurut Rusiah, dkk, 2017, struktur modal adalah kombinasi atau perimbangan antara utang dan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa) yang digunakan perusahaan untuk merencanakan mendapat modal. Modal merupakan komponen dana jangka panjang suatu perusahaan yang meliputi semua komponen di sisi kanan neraca perusahaan kecuali hutang lancar.

Modigliani dan Miller (MM) berpendapat bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika ada dua perusahaan yang mempunyai struktur modal yang sama, tetapi mempunyai nilai yang berbeda, maka akan ada proses arbitrase yang akan menyamakan nilai kedua perusahaan tersebut. MM mengasumsi kondisi pasar modal yang sempurna dan tidak ada pajak. MM dengan adanya pajak, maka biaya modal utang akan lebih murah dibandingkan dengan biaya modal saham. Adapun beberapa teori dalam struktur modal ada Teori Keagenan (*agency approach*), dengan teori ini struktur modal disusun sedemikian rupa untuk mengurangi konflik antar berbagai kelompok kepentingan. (Hanafi, 2009). Teori selanjutnya *Balancing Theories* merupakan suatu teori yang menjelaskan tentang kebijakan yang ditempuh oleh perusahaan untuk

mencari dana tambahan dengan cara mencari pinjaman baik perbankan atau juga dengan menerbitkan obligasi (*bonds*). Selanjutnya, *Pecking Order Theory* menjelaskan bahwa manajer mempunyai preferensi *pecking order* (susunan urutan) dalam memutuskan dan memengaruhi struktur modal perusahaan yang lebih disukai perusahaan: pertama yaitu laba ditahan dan kredit spontanitas, menerbitkan obligasi, terakhir sebagai pencadangan terakhir yaitu menerbitkan saham biasa baru. Perusahaan akan mengikuti urutan pendanaan tersebut karena pendanaan internal tidak ada biaya emisi yang timbul atau biaya relatif rendah dibandingkan ketika menerbitkan obligasi (hutang baru). Lalu, biaya emisi untuk menerbitkan saham baru cukup tinggi dan adanya informasi asimetri menjadikan pendanaan dengan saham baru itu kurang diminati (Brigham & Houston, 2019).

★ . Terakhir ada *Trade-off theor*. Menurut (Brigham dan Houston, 2019) *trade off theory* merupakan sebuah teori yang menyatakan dimana bahwa perusahaan akan menukarkan manfaat pajak yang diperoleh dari penggunaan hutang dengan masalah yang ditimbulkan oleh penggunaan hutang tersebut sehingga berpotensi terjadi kebangkrutan. Struktur modal yang optimal akan diperoleh jika manfaat perlindungan pajak marginal sama dengan biaya-biaya yang berhubungan dengan kebangkrutan marginal.

Struktur modal diukur menggunakan tiga indikator, yaitu *leverage*, *debt to equity*, dan *collateralizable assets*. Nilai dari indikator ini ditentukan menggunakan *long-term debt to total assets ratio* (Utami dkk, 2017) . Oleh karena itu, struktur modal diukur dengan *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* (penggunaan hutang) terhadap *total shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa, *Trade-off theory* menjelaskan apabila posisi struktur modal berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan Brigham dan Houston, 2006 dalam Tumangkeng, 2018. Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa mendatang maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut. Hal itu tentu saja akan mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi. Profitabilitas dapat ditetapkan

dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur tersebut adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam menganalisa kondisi keuangan, hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan.

Tingkat profitabilitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, hal ini dilakukan mengingat daya tarik bisnis (*business attractiveness*) merupakan salah satu indikator penting dalam persaingan usaha, sedangkan indikator daya tarik bisnis dapat diukur dari profitabilitas usaha, seperti ROA, ROE dan NPM. Semakin tinggi rasio ini akan menarik pendatang baru untuk masuk dalam dunia usaha, sehingga pada kondisi persaingan tersebut akan membuat rate of return cenderung mengarah pada keseimbangan. Daya tarik bisnis yang semakin tinggi akan mendorong pendatang baru untuk masuk dalam dunia usaha sehingga laba abnormal lambat laun akan kembali menurun menuju laba normal. (Pasaribu dan Tobing, 2017).

Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Ada beberapa rasio profitabilitas yaitu *Gross Profit Margin* merupakan margin laba kotor.

Mengenai *gross profit margin* Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston memberikan pendapat yaitu margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan. Selanjutnya Rasio *Net Profit Margin* yang disebut juga rasio pendapatan terhadap penjualan. *Return on Investment* (ROI) atau pengembalian investasi, rasio ini juga ditulis dengan *return on total asset* (ROA). Rasio ini melihat sejauhmana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Yang terakhir ada Rasio *Return on Equity* (ROE) disebut juga laba atas *equity*. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. (Fahmi, 2014:80)

Indikator untuk menghitung tingkat profitabilitas ini menggunakan rasio *return on total asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) disebut sebagai rentabilitas ekonomis yaitu ukuran kemampuan perusahaan dengan menghasilkan laba dengan semua asset yang dimiliki perusahaan.

Profitabilitas menggunakan teori *signaling theory*. Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Teori sinyal (*signaling theory*)

melandasi pengungkapan sukarela. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi tertutup yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh *investor* dan pemegang saham khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan. (Mandjar dan Triyani, 2019).

Profitabilitas ada beberapa rasio dalam profitabilitas, dalam penelitian ini menggunakan indikator *return on total asset* (ROA). ROA untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan menghasilkan laba dengan semua aset yang dimiliki perusahaan. Dengan diperkuat teori *signaling theory*.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator dari kekuatan finansial suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012). Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan melalui penjualan dan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. 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.

Ukuran perusahaan dapat ditunjukkan oleh total aset, total penjualan bersih, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. 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. (Utomo dan Christy, 2017).

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan *log of total assest* yang dimiliki. *Log of total assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka nilai total aset dibentuk menjadi logaritma. (Suparman, 2018).

Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat perusahaan menjadi tidak rentan terhadap terjadinya fluktuasi ekonomi. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk dapat meningkatkan nilai dari perusahaan, karena perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber

informasi eksternal jika dibanding dengan perusahaan-perusahaan kecil. (Utomo dan Christy, 2017).

Teori signal (*signaling theory*) membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan suatu informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antar pihak manajemen dengan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka, perusahaan harus memberikan informasi secara terbuka baik dalam informasi keuangan maupun non keuangan kepada pihak eksternal. Pada teori sinyal, manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik maupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan. (Rahayu, 2019).

Dalam penelitian ini rasio ukuran perusahaan menggunakan *size* untuk mengukur nilai total asset menjadi logaritma. Ukuran perusahaan juga diperkuat dengan teori *signaling theory* dalam hubungan positif perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang digunakan sebagai perbandingan dan referensi dalam penelitian ini, antara lain :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang Digunakan	Hasil
1.	Dhani dan Utama, 2017. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga Vol. 2. No. 1(2017) 135-148 ISSN 2548-1401 (Print) ISSN 2548-4346 (Online).	Variabel Independen : X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Struktur Modal X3: Profitabilitas Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Struktur Modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Mawardi, 2020. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 2 September 2020 P - ISSN : 2503-4413 E - ISSN : 2654-5837, Hal 62 – 70.	Variabel Independen : X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Struktur Modal Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Pertumbuhan Perusahaan positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan 2. Struktur Modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3.	Filbert & Jonnardi,	Variabel	1. Pertumbuhan

	<p>2020. Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi Oktober 2020. ISSN: 1435 – 1443.</p>	<p>Independen : X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Profitabilitas X3: Struktur Modal.</p> <p>Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 3. Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p>
4.	<p>Mandjar dan Triyani, 2019. Jurnal Akuntansi, Volume 8 No. 1 Februari 2019, ISSN: 2089-7219.</p>	<p>Variabel independen : X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Profitabilitas X3: Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Struktur Modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
5.	<p>Ukhriyawati dan</p>	<p>Variabel</p>	<p>1. struktur modal</p>

	Dewi, 2019. Jurnal Equibiriliya, Volume 6 No.1 Tahun 2019, ISSN 25031546.	Independen: X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
6.	Rahayu dan Riharjo. 2019. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Volume 8, Nomor 6, Juni 2019. E-ISSN: 2460-0585	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan X4: Profitabilitas Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh

			negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
7.	Tarmaji, 2019. Tirtayasa Ekonomika. Vol. 14, No. 2, Oktober 2019. ISSN: 2540-931X	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
8.	Anggraini dan Siska, 2019. Management & Accounting Expose.	Variabel Independen: X1: Struktur Modal	1. Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan

	Vol. 2, No. 1, Juni 2019, pp.1-9. e-ISSN : 2620-9314	X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan	terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
9.	Bariyyah, Ermawanti dan Wijayanti, 2019. Journal of Accounting. Volume 2, Nomor 1, September 2019, Hal. 37-45. E-ISSN : 2715-8586.	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan X4: Profitabilitas Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan nilai

			perusahaan 4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
10.	Yanti dan Darmayanti, 2019. e-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.4, 2019: 2297-2324. ISSN: 2302-8912 DOI: https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15	Variabel Independen: X1: Profitabilitas X2: Ukuran Perusahaan X3: Struktur Modal Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
11.	Ramdhonah, Solikin dan Sari, 2019. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan. Vol. 7, No. 1, 2019, Hal. 67-82. ISSN: 2541-061X	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Ukuran Perusahaan X3: Pertumbuhan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran

		<p>Perusahaan</p> <p>X4: Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen</p> <p>Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
12.	<p>Suparman, 2018.</p> <p>Jurnal Manajemen Bisnis: Vol. 9, No. 2, Hal 150-162. ISSN: 2301-3449. E-ISSN : 2580-9490.</p>	<p>Variabel Independen:</p> <p>X1: Struktur Modal Perusahaan</p> <p>X2: Pertumbuhan Perusahaan</p> <p>X3: Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen</p> <p>Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Ukuran perusahaan</p>

			berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
13.	Tumangkeng dan Mildawati, 2018. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 7, Nomor 6, Juni 2018. e-ISSN : 2460-0585.	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Profitabilitas X4: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
14.	Utomo dan Christy, 2017 Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017, Hotel Grasia, 9 Mei	Variabel Independen: X1: Stuktur Modal X2: Profabilitas X3: Ukuran Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif

	2017. ISSN: 2315-2132	Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
15.	Utami, Santoso, Pranaditya, 2017. Ekonomi – Akuntansi 2017. ISSN: 2302-8556	Variabel Independen: X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Profitabilitas X4: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen Y: Nilai perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
16.	Widyantari dan Yadnya, 2017.	Variabel Independen:	1. Struktur modal berpengaruh negatif

	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 12, 2017: 6383-6409, ISSN : 2302-8912.	X1: Struktur Modal X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
17.	Endria dan Fathony, 2019. Management Science Letters 10 (2020) 111–120. doi: 10.5267/j.msl.2019.8.011.	Variabel Independen : X1: <i>Dividend policy</i> X2: <i>Profitability</i> X3: <i>Company growth</i> Variabel Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. Pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
18.	Pasaribu dan Tobing. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist, Volume 1, Nomor 1, 2017, 32-44, eISSN : 2599-1175 ISSN : 2599-0136	Variabel independen : X1: Struktur Modal X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan Variabel dependen	1. Struktur Modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai

		Y: Nilai Perusahaan	Perusahaan. 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
19.	Oktrima, 2017. Jurnal Sekuritas, Vol. 1, No.1 / September 2017, ISSN No.2581-2696	Variable Independen: X1: Profitabilitas X2: Struktur Modal Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas terhadap positif dan tidak signifikan Nilai Perusahaan. 2. Struktur Modal negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
20.	Diannisa, Lukytawati, Koes. DOI 10.18551/rjoas.2019-01.54	Variabel Independen: X1: <i>Capital Structure</i> Variabel Dependen: Y: <i>Firm Value</i>	1. Struktur Modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
21.	Dewi dan Candradewi, 2018. E-jurnal Manajemen Unud. Vol.7 No. 8, 2018 : 4385- 4416. ISSN: 2302- 8912	Variabel Independen: X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

22.	Saputri dan Giovanni, 2021. Journal of management studies. Vol. 15, No. 1, April 2021. ISSN: 2541-2655	Variabel Independen: X1: Profitabilitas X2: Pertumbuhan Perusahaan. Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
23.	Suwardi dan Mustanda, 2017. E- jurnal manajemen unud. Vol. 6, No. 3, 2017: 1248- 1277. ISSN: 2302- 8912	Variabel Independen: X1: ukuran perusahaan X2: pertumbuhan perusahaan X3: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
24.	Suryadi, 2018. Busines managemen analysis journal. Vol. 1, No. 1, oktober 2018. ISSN: 2623-0690	Variabel Independen: X1: pertumbuhan perusahaan X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

25.	Yusmaniah, dkk, 2021. Jurnal ekombis review. Vol. 9, No. 1, juli 2019. e-ISSN: 2716-4411 ISSN: 2338- 8412	Variabel Independen: X1: pertumbuhan perusahaan X2: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan
26.	Dewi dan Badjra, 2017. e- jurnal manajemen unud. Vol.6, No. 4, 2017: 2161-2190 ISSN: 2302-8912	Variabel Independen: X1: Profitabilitas X2: ukuran perusahaan X3: struktur modal Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Struktur modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
27.	Oktiwiwati dan Nurhayati, 2020. Jurnal ilmiah manajemen. vol. 10, No. 2, Juni 2020 ISSN: 2088-1231	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: struktur modal Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
28.	Kadafi, 2020. Jurnal manajemen. vol. 12 (1) 2020, 133-144.	Variabel Independen: X1: struktur modal	1. Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai

	ISSN: 2085-2266 E-ISSN: 2502-5449	X2: profitabilitas X3: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
29.	Lukman, dkk. 2021. Sosio e-kons. Vol. 13, No. 1 april 2021, 48-58. ISSN: 2085-2266 E-ISSN: 2502-5449	Variabel Independen: X1: ukuran perusahaan X2: struktur modal Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
30.	Pratiwi dan Wiksuana, 2020. e-jurnal manajemen. Vol. 9, No. 6, 2020: 2394-2413 ISSN: 2302-8912	Variabel Independen: X1: struktur modal X2: ukuran perusahaan X3: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
31.	Pamungkas, dkk, 2020. Journal of economic public. Vol. 2 No. 2	Variabel Independen: X1: ukuran	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan

	April 2020. ISSN: 2715-8977	perusahaan X2: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
32.	Dewantari, dkk, 2019. Jounar prospek. Vol. 1 No.2, Desember 2019. ISSN: 2685-5526	Variabel Independen: X1: ukuran perusahaan X2: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
33.	Kalengkongan, dkk. 2021. Jornal EMBA. Vol. 9 No. 3 juli 2021. ISSN: 2303-1174	Variabel Independen: X1: Struktur modal X2: ukuran perusahaan X3: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
34.	Nopianti dan Suparno, 2021. Journal akuntansi. Vol. 8 No.1 januari 2021. ISSN: 2339-2436	Variabel Independen: X1: struktur modal X2: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai	1. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan

		Perusahaan	signifikan terhadap nilai perusahaan
35.	Managarey dan Tangkuman, 2021. Journal EMBA. Vol. 9 No. 1 januari 2021. ISSN: 2303-1174	Variabel Independen: X1: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
36.	Dewi dan Rahyuda, 2020. E-journal manajemen. Vol. 9 No 4 2020: 1252-1272. ISSN: 2302-8912	Variabel Independen: X1: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
37.	Widayanti dan Yadnya, 2020. E-journal manajemen. Vol. 9 NO. 2, 2020: 737-757 ISSN: 2303-8912	Variabel Independen: X1: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
38.	Nugraha dan Alfarisi, 2020. E-journal mirai management. Vol. 5 No. 2 2020 ISSN: 2597-4084	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
39.	Indriyani, 2017. Jurnal ilmu akuntansi. Vol. 10 (2), oktober 2017.	Variabel Independen: X1: ukuran perusahaan	1. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai

	ISSN: 1979-858X E-ISSN: 2461-1190	X2: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
40.	Mandey, dkk. 2017. Journal EMBA. Vol. 5 No. 2 Juni 2017. ISSN: 2303-1174	Variabel Independen: X1: profitabilitas Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
41.	Nurmida, dkk. 2017. E-proceeding of management Vol. 4 No. 1 April 2019. ISSN: 2355-9357	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
42.	Chasanah, 2018. Jurnal penelitian ekonimo dan bisnis. Vol. 3 (1) 2018, hal 39-47. ISSN: 2442-5028	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: struktur modal X3: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

43.	Oktaviarni, dkk. 2019 Jurnal akuntansi. Vol. 9 No. 1, 2019. ISSN: 2303-0356	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
44.	Irawan dan Kusuma, 2019. Vol. 17 (1) juni 2019. ISSN: 1693-1688	Variabel Independen: X1: struktur modal X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
45.	Suryana dan Rahayu, 2018. E- proceeding of management Vol. 5, No. 2 agustus 2018. ISSN: 2355-9357	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
46.	Badruddien, dkk, 2017. e-proceeding of managemen. Vol. 4 No.3, desember 2017. ISSN: 2355-9357	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

			nilai perusahaan
47.	Jayati, 2018. Jurnal bingkai ekonomi. Vol. 3 No. 2, agustus 2018. ISSN: 2502-1818	Variabel Independen: X1: profitabilitas X2: struktur modal X3: ukuran perusahaan Variable Dependen Y: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teoriti dan hasil penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Pertumbuhan perusahaan dinyatakan dengan perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset saat ini dibandingkan dengan perubahan total aset masa lalu. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan total aktiva besar akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari pihak investor maupun kreditor karena mencerminkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan

potensial yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang dan kapitalisasi pasar yang tinggi sehingga akan menarik minat investor untuk menanamkan modal, hal ini akan berpengaruh terhadap naiknya nilai perusahaan Sriwardany, 2006 dalam Tumangkeng dan Mildawati, 2018.

Teori dalam pertumbuhan perusahaan adalah *Signaling Theory*. Godfrey et al. (2010) dalam Filbert dan Jonnardi (2020) mengatakan bahwa *signaling theory* adalah tindakan manajer yang menggunakan akun-akun dalam suatu laporan keuangan untuk memberikan sinyal harapan dan tujuan masa depan. Manajer yang mengharapkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi, tentu mereka akan berusaha memberikan sinyal kepada investor melalui akun-akun tersebut.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Ramdhonah, dkk (2019), Utami, dkk (2017), Bariyyah, dkk (2019), Filbert (2020), Suryandi (2018) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan..

2. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Teori trade-off adalah teori yang menjelaskan bahwa struktur modal yang optimal ditemukan dengan menyeimbangkan manfaat dari pendanaan dengan hutang (perlakuan pajak perseroan yang menguntungkan) dengan suku bunga dan kebangkrutan yang lebih tinggi. Model *Trade-off* mengasumsikan bahwa struktur modal perusahaan merupakan hasil trade off dari keuntungan pajak dengan

menggunakan hutang dengan biaya yang akan timbul sebagai akibat penggunaan hutang tersebut (Hartono, 2003). *Trade-off theory* dalam struktur modal di proxy dengan DER (*Debt Equity Ratio*) dengan menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan hutang. *Debt Equity Ratio* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh modal sendiri yang digunakan sebagai pembayaran hutang. Hal ini berarti bahwa semakin besar struktur modal maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Namun, perusahaan tidak mungkin menggunakan hutang 100% dalam struktur modalnya karena resiko keuangan perusahaan juga akan semakin besar. Resiko ini timbul karena perusahaan tidak mampu membayar bunga dan angsuran pokok ketika dalam keadaan ekonomi yang buruk. Sehingga perusahaan harus mampu untuk menentukan besarnya hutang, karena penggunaan hutang pada batas tertentu dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu didukung oleh penelitian dari Mawardi (2020), Utami, dkk (2017), Suparman (2018), Diannisa, dkk (2019), Yanti dan Darmayanti (2019), Tarmaji (2019), Ramdhonah, dkk (2019), Filbert (2020), Oktiwiwati dan Nurhayati (2020), Pratiwi dan Wisuana (2020), Kalengkongan, dkk (2021), Nopianti dan Suparno (2021), Chasanah (2018), Jayanti (2018) struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Perusahaan dengan profitabilitas yang banyak diminati oleh para investor karena dianggap memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. (Tumangkeng dan Mildawati, 2018).

Profitabilitas menggunakan teori signaling theory. Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Teori sinyal (*signaling theory*) melandasi pengungkapan sukarela. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi tertutup yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan. Suwardjono, 2014 dalam Mandjar dan Triyani, 2019.

Hal ini didukung oleh penelitian, Dhani dan Utama (2017), Utomo dan Christy (2017), Mandjar dan Triyani (2019), Yanti, dkk (2019), Tumangkeng dan Mildawati (2018), Widyantari dan Yadnya (2017), Endria dan Fathony (2019), Tamarji (2019), Bariyyah, dkk (2019), Dewi dan Candradewi (2018), Saputri dan Geovanni (2021), Suwardi dan Mustanda (2017), Dewi dan Badra (2017), Pratiwi dan Wiksuana (2020), Pamungkas, dkk (2020), Dewantiri, dkk (2019), Kalengkong, dkk (2021), Nopianti dan Suparno (2021), Manageray dan Tangkoman (2021), Dewi dan Rahyuda (2020), Widayanti dan Yadnya (2020), Nugraha dan Alfalisi (2020), Indriyani (2017), Mandey, dkk (2017), Nurmindia, dkk (2017), Nurmindia, dkk (2017), Jayanti (2018) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari besar kecilnya sebuah perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki. Perusahaan dengan ukuran besar mempunyai kualitas kinerja yang baik dan keuangan perusahaan relatif stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Investor menyukai perusahaan dengan ukuran yang besar karena perusahaan dengan ukuran yang besar kualitasnya lebih dikenal oleh masyarakat. Sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan modal lebih mudah melalui pasar modal. Peningkatan permintaan saham

perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kecenderungan investor untuk memiliki saham tersebut sehingga akan mengakibatkan kenaikan harga saham. Adanya kenaikan harga saham ini akan menyebabkan naiknya *price book value* (PBV) atau nilai perusahaan. (Tumangkeng dan Mildawati, 2018).

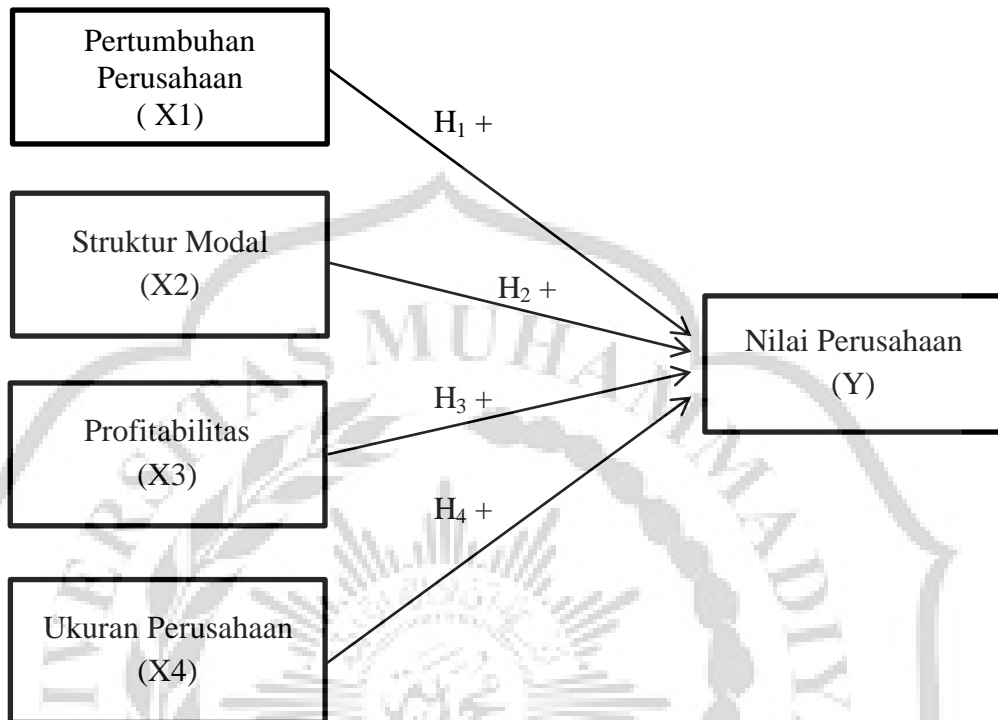
Teori sinyal (*signaling theory*) membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan suatu informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antar pihak manajemen dengan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka, perusahaan harus memberikan informasi secara terbuka baik dalam informasi keuangan maupun non keuangan kepada pihak eksternal. Pada teori sinyal, manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik maupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan. (Rahayu, 2019).

Menurut penelitian terdahulu, Yanti dan Darmayanti (2019), Bariyyah, dkk (2019), Pratiwi dan Wiksuana (2020), Lukman, dkk (2021), Dewanti, dkk (2019), Oktaviarni, dkk (2019), Suryana dan Rahayu (2018), Jayanti (2018) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

Tabel 2.2

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

1. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
2. Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.