

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A Telaah Literatur

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menerangkan bahwa mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Teori sinyal menjelaskan tentang pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi (Saragih dkk., 2023).

Teori pensinyalan muncul akibat adanya permasalahan informasi asimetri. Informasi asimetri adalah suatu kondisi yang terjadi akibat adanya ketidaksamaan atau ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh pihak manajemen dan investor. Pihak manajemen akan memberikan informasi yang relevan sebagai suatu isyarat atau sinyal (signal) yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pihak (calon) investor. Informasi tersebut biasanya

dalam bentuk laporan keuangan tahunan yang mencerminkan kinerja suatu perusahaan pada suatu periode (Puspitaningtyas & Rasda, 2020)

Teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya (Handoko, 2021). Pada penelitian ini sinyal yang digunakan adalah ukuran perusahaan dan struktur modal. Untuk dapat menghitungnya digunakan angka-angka yang ada di laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Dengan ukuran perusahaan yang dilihat dari aset yang tinggi diharapkan dapat memberikan sinyal positif kepada investor, begitu juga dengan struktur modal yang tinggi maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan persepsi atau penilaian investor terhadap suatu perusahaan, dimana sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Bagi perusahaan yang terdaftar di bursa efek, kemakmuran para pemilik saham diperlihatkan dalam wujud semakin tingginya harga saham,

yang merupakan pencerminan dari keputusan-keputusan investasi, pendanaan dan kebijakan dividen (Rohaeni dkk., 2018).

Konsep yang paling representatif untuk menentukan nilai perusahaan adalah pendekatan nilai intrinsik. Akan tetapi pendekatan dengan menggunakan nilai intrinsik ini akan sangat sulit dalam memperkirakannya, sebab untuk menentukan nilai intrinsik membutuhkan kemampuan mengidentifikasi variabel-variabel signifikan yang menentukan keuntungan suatu perusahaan. Variabel tersebut berbeda karakteristiknya antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, selain itu penentuan nilai intrinsik juga memerlukan kemampuan memprediksi arah kecenderungan yang akan terjadi di kemudian hari (Christiawan dan Tarigan, 2007 dalam Mardji, 2022).

Nilai perusahaan merupakan suatu pengukuran bagi perusahaan agar dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang baik atau tidak nilai perusahaan merupakan tanggapan investor tentang nilai dari sebuah perusahaan yang berkaitan erat dengan harga saham dari perusahaan tersebut. Bagi investor, nilai perusahaan digunakan sebagai persepsi dalam melihat prospek suatu perusahaan di masa depan (Astuti dkk., 2021).

Nilai perusahaan juga di pengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya. Rasio hutang dalam penelitian ini diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER merupakan salah satu rasio keuangan

yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan melunasi hutang dengan menggunakan ekuitas perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi juga oleh kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dari pertumbuhan penjualan perusahaan. Semakin besar penjualan, diharapkan semakin besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Hernita, 2019).

Husnan (2000) dalam Habsari dan Akhmadi (2018) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apa bila perusahaan tersebut dijual. Mardji (2022) menjelaskan bahwa kenaikan dividen seringkali menyebabkan kenaikan harga saham yang berarti bahwa nilai perusahaan meningkat, sementara pemotongan dividen umumnya menyebabkan penurunan harga saham yang berarti penurunan nilai perusahaan. hal ini menunjukkan bahwa investor secara keseluruhan lebih menyukai dividen daripada keuntungan modal.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa pendekatan di antaranya (Hernita, 2019):

a. PBV (*Price To Book Value*)

Menurut Sugiono dan Untung, Price to book value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut.

b. PER (*Price Earning Ratio*)

Rasio ini diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba per saham (*Earning per Share*), maka semakin tinggi rasio ini akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan juga semakin membaik. Tetapi sebaliknya jika PER terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah sangat tinggi atau tidak rasional.

c. Tobin's Q

Tobin's Q model mendefinisikan nilai perusahaan sebagai kombinasi antara aktiva berwujud dan aktiva tak berwujud. Nilai Tobin's Q perusahaan yang rendah (antara 0 dan 1) mengindikasikan bahwa biaya ganti aktiva perusahaan lebih besar dari pada nilai pasar perusahaan tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar menilai kurang perusahaan tersebut. Sedangkan jika nilai Tobin's Q suatu perusahaan tinggi (lebih dari 1), maka nilai perusahaan lebih besar dari pada nilai aktiva perusahaan yang tercatat.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan adanya perbedaan risiko usaha perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata aktiva. Ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi

menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin baik teknologi dan sistem dalam perusahaan serta adanya kemudahan bagi manajemen dalam menggunakan aktiva perusahaan akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan kapasitas produksi perusahaan yang semakin besar sehingga semakin meningkatkan profitabilitas (Wati, 2019).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba (Toni dkk., 2021). Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja. Perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang lebih banyak dan lebih berpengalaman dapat mengembangkan system pengendalian internal yang lebih baik dalam kegiatan operasinya dibandingkan perusahaan kecil (Ulhaq, 2021)

4. Struktur Modal

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri dalam membelanjai operasi perusahaan. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Untuk itu, dalam penetapan struktur modal, suatu perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai variabel yang mempengaruhinya. Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan, terutama dengan adanya utang yang sangat besar akan memberikan beban kepada perusahaan. Struktur modal merupakan masalah penting dalam pengambilan keputusan mengenai pembelanjaan perusahaan (Uyuni, 2021).

Struktur modal adalah penggabungan sumber dana yang diperoleh perusahaan baik dari internal berupa ekuitas dan laba ditahan, maupun bersumber dari eksternal perusahaan berupa pembiayaan permanen yang terdiri dari utang, saham preferen, saham biasa yang dikelola manajer secara optimal untuk digunakan membiayai operasional perusahaan (Cepi, 2021).

Menurut Alzomaia (2014) dalam Nendy dkk., (2022) menyatakan bahwa struktur modal yang optimal dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh keputusan struktur modal yang terkait dengan pemilihan sumber dana baik

yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Sumber dana dari dalam perusahaan berasal dari laba ditahan dan depresiasi. Sedangkan dana yang berasal dari luar perusahaan adalah kreditur dan penanam saham.

5. Profitabilitas

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik investor institusional untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan tersebut (Rahmawati, 2018).

Profitabilitas jika persentasenya besar, maka kinerja perusahaan tersebut dikatakan berhasil dalam pemanfaatan asetnya. Semakin profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan semakin baik juga posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Dengan demikian semakin baik dan efektif pula kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Dampaknya perusahaan dianggap investor dan stakeholder lainnya semakin menguntungkan dan sangat berpotensi bagi investor untuk membeli saham perusahaannya. Hal ini akan menyebabkan permintaan terhadap saham sektor ini bertambah mendorong harga saham naik (Habsari & Akhmadi, 2018).

Profitabilitas merupakan alat untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat

keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan, akan menaikkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan kenaikan harga saham perusahaan (I. Wahyuni dkk., 2019).

Profitabilitas jika persentasenya besar, maka kinerja perusahaan tersebut dikatakan berhasil dalam pemanfaatan asetnya. Semakin profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan semakin baik juga posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Dengan demikian semakin baik dan efektif pula kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Dampaknya perusahaan dianggap investor dan stakeholder lainnya semakin menguntungkan dan sangat berpotensi bagi investor untuk membeli saham perusahaannya. Hal ini akan menyebabkan permintaan terhadap saham sektor ini bertambah mendorong harga saham naik (Habsari & Akhmadi, 2018a).

Secara umum rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti (Toni dkk., 2021):

a. Profit Margin

Profit margin merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan membandingkan penjualan yang dicapai selama periode tertentu.

b. *Return on Asset* (ROA)

Return on asset merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini laba yang dihasilkan adalah laba setelah pajak atau EAT. ROA dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dimasa yang kemudian diproyeksikan dimasa yang akan datang.

c. *Return on Equity (ROE)*

Return on equity yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki. Rasio ini menganalisa sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba dan ekuitas.

d. *Return on Investment (ROI)*

Return on invesment merupakan kemampuan Perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Rasio ini menganalisa sejauh mana investasi yang akan ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

e. *Earning Per Share (EPS)*

Para investor bisanya menginginkan data mengenai keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembar sahamnya. Earning PerShare atau laba per lembar saham merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan perlembar saham pemilik.

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan rofitabilitas sebagai variabel intervening (Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical*). Penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun, Judul	Variabel Dependen	Variabel Independent	Hasil
1.	Setiawan & Laily (2022) Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar Dibei Periode 2016-2020)	Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas	Struktur modal memiliki hasil profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal, sedangkan untuk ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal.
2.	Wiji dkk., (2022) Variabel Intervening Pada Sektor consumer non-cyclical Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2015-2021 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta	Harga Saham	Profitabilitas, Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan.	Profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham. Struktur aset tidak berpengaruh terhadap harga saham. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh pada harga saham.

3.	Rahmadani dkk., (2022) Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas	Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	Maimunah (2021) Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas	Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal, leverage, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Febriani dan Jaya (2020) Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.	Nilai Perusahaan	Likuiditas dan Leverage	Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Novitasari, (2021) Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020	Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size	Secara parsial Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Pertumbuhan Perusahaan dan Firm Size berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

7.	Mercyana, (2022) Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020	Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas	Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan Likuiditas memiliki pengaruh positif tidak signifikan pada ketiga model
8.	Hariyanto (2019) Analisis Hubungan Strategi Bisnis, Model Pengukuran Kinerja, Kinerja Perusahaan Dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Indeks Islam Jakarta)	Nilai Perusahaan	Kinerja perusahaan, strategi bisnis dan model pengukuran kinerja.	Nilai perusahaan secara langsung dipengaruhi oleh variabel kinerja perusahaan dan model pengukuran kinerja. Variabel strategi pemimpin biaya mempengaruhi variabel kinerja perusahaan dan model pengukuran kinerja.
9	Fauziah dan Yuliana (2022) Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervensi	Struktur modal	Profitabilitas mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas dapat digunakan untuk mendapatkan nilai perusahaan yang lebih tinggi
10	Sutrisno dan Wendy, (2020) The Effect of Eco-Efficiency and Quality Management System on Firm's Performance: Moderating Role of Profitability and Leverage	Profitabilitas dan Leverage	Eko-efisiensi dan Kualitas Sistem Manajemen	Hubungan positif antara eko-efisiensi dan kualitas system manajemen dan memberikan dukungan untuk hubungan moderasi positif untuk profitabilitas dalam hubungan tersebut antara eco-efficiency dan kualitas system manajemen
11	Sudiyatno dkk.,	Nilai	Pertumbuhan	Pertumbuhan dan

(2021) The Relationship Between Profitability and Firm Value: Evidence From Manufacturing Industry in Indonesia	The Value: From	perusahaan dengan variabel moderating profitabilitas	perusahaan dan struktur modal	profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan modal struktur tidak berpengaruh.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	------------------------------------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Perusahaan Sektor Consumer non-cyclical Tahun 2020-2022). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah struktur modal dan ukuran perusahaan.

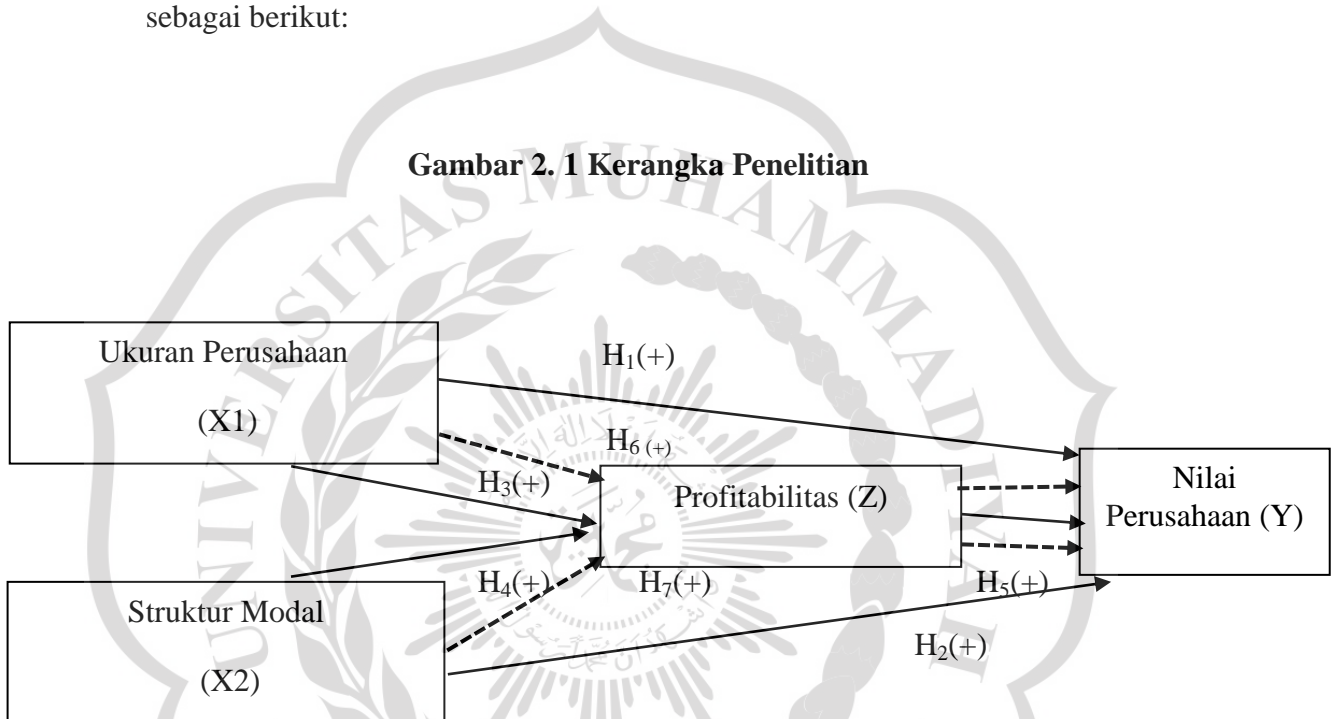
Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sebuah perhatian tersendiri bagi perusahaan. Nilai perusahaan, terutama harga saham, mencerminkan estimasi nilai buku atau kinerja perusahaan di masa depan, karena pada dasarnya orang yang membeli saham adalah membeli untuk berinvestasi untuk masa yang akan datang (Hirdnisi, 2019).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal adalah penggabungan sumber dana yang diperoleh perusahaan baik dari internal berupa ekuitas dan laba ditahan, maupun

bersumber dari eksternal perusahaan berupa pembiayaan permanen yang terdiri dari utang, saham preferen, saham biasa yang dikelola manajer secara optimal untuk digunakan membiayai operasional perusahaan (Cepi, 2021).

Hubungan antar variabel ini akan dinyatakan dalam kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Ulhaq (2021), Habsari dan Akhmadi (2018) dan Hernita (2019)

Keterangan :

—————> = pengaruh langsung - - - - -> = pengaruh tidak langsung

D. Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya perusahaan yang ditentukan melalui aset perusahaan dengan menggunakan perhitungan *logaritma natural*. Ukuran perusahaan yang semakin besar akan menjadi

bertambah erat kaitannya dengan keputusan keuangan yang diterapkan oleh perusahaan yang memiliki tujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Dewantari dkk, 2019). Sesuai dengan *signaling theory* besarnya sebuah perusahaan investor akan mendapatkan sinyal yang positif, sehingga mereka akan menanamkan modalnya yang berakibat meningkatnya harga saham. Dengan hal tersebut akan semakin baiknya nilai perusahaan (Apriliyanti dkk, 2019).

Penelitian Bagaskara dkk., (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari besar kecilnya sebuah perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki. Semakin tinggi ukuran perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang besar akan memberikan sinyal positif sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muzayin dan Trisnawati (2022) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Vernando dan Erawati (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Suatu perusahaan besar akan lebih mudah dalam mengakses masuk ke pasar modal, sehingga akan mudah mendapatkan investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui

harga sahamnya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis pertama yang diajukan penelitian ini yaitu:

H1: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Bagi setiap perusahaan, keputusan dalam pemilihan sumber dana merupakan hal penting sebab hal tersebut akan memengaruhi struktur keuangan perusahaan, yang akhirnya akan memengaruhi kinerja perusahaan. Sumber dana perusahaan dicerminkan oleh modal asing dan modal sendiri yang diukur dengan *Debt To Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi hutang untuk membiayai operasional perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat hutang yang tinggi maka beban yang akan ditanggung perusahaan juga besar (S. F. Wahyuni & Hafiz, 2018).

Penelitian Novitasari dan Krisnando (2021) menunjukkan bahwa struktur modal berhubungan positif dan signifikan dengan nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan dugaan awal yang menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hubungan yang positif berarti bahwa ketika terjadi peningkatan pada tingkat struktur modal perusahaan maka akan terjadi peningkatan pula pada besarnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian Novitasari, (2021) menunjukkan bahwa secara parsial Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian Putri dan Puspitasari (2022) menunjukkan bahwa struktur modal juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan penambahan hutang merupakan sinyal positif bagi investor dan mempengaruhi nilai perusahaan. Bagi perusahaan, adanya hutang dapat membantu untuk mengendalikan penggunaan dana kas secara bebas dan berlebihan oleh pihak manajemen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis kedua yang diajukan penelitian ini yaitu:

H2: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *consumer non-cyclical*. Artinya apabila variabel ukuran perusahaan meningkat maka akan meningkatkan profitabilitas pada perusahaan sub sektor *consumer non-cyclical* (Dewantari dkk., 2020). Penelitian Gunarwati dkk., (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan maka meningkatkan keuntungan yang dihasilkan dengan melimpahnya sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lontoh, 2019) dan Rahmawati, (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap

profitabilitas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis ketiga yang diajukan penelitian ini yaitu:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas

4. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Struktur modal merupakan perbandingan antara hutang dan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Hutang perusahaan dapat dibagi menjadi dua kategori: hutang jangka panjang dan hutang jangka pendek. Modal sendiri, disisi lain, dapat dibagi menjadi laba ditahan dan kepemilikan perusahaan. Untuk memaksimalkan harga saham, struktur modal yang optimal harus dapat menyeimbangkan risiko dan pengembalian. Akibatnya, sangat penting untuk memiliki kebijakan yang tepat saat menerapkan struktur modal yang sesuai untuk perusahaan (Aprilia, 2020).

Gunarwati dkk., (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Dhinata dan Krisnando (2020) menunjukkan bahwa adanya penambahan hutang dapat meningkatkan pendapatan bersih dari perusahaan yang berujung dengan naiknya profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi akan menjadi suatu sinyal positif bagi pemegang saham dan calon investor yang akan meningkatkan permintaan saham, sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil Penelitian Setiawan & Laily (2022) dan Eionita & Abundati (2018) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap

profitabilitas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis keempat yang diajukan penelitian ini yaitu:

H4: Struktur Modal Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas.

5. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Tingginya profitabilitas dapat menjadi cerminan bahwa perusahaan memiliki pencapaian kinerja keuangan yang baik. Hal ini dapat mempengaruhi ukuran perusahaan (*firm size*), sebab investor akan lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi sehingga dapat meningkatkan kemampuan operasional perusahaan. Umumnya, pertumbuhan total aktiva dan aset tetap perusahaan akan semakin besar, seiring dengan membesarnya ukuran perusahaan (Aghnitama dkk., 2021).

Penelitian Dewantari dkk., (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Fauziyah dan Yuliana, (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berhubungan positif dan signifikan dengan nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan dugaan awal yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap nilai perusahaan. Hubungan yang positif berarti bahwa ketika terjadi peningkatan pada tingkat profitabilitas perusahaan maka akan terjadi peningkatan pula pada besarnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian Nainggolan dkk., (2022) menunjukkan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas akan membuat harga pasar saham suatu perusahaan meningkat, sehingga nilai perusahaan juga akan ikut meningkat dan semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan perusahaan agar mengoptimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis keempat yang diajukan penelitian ini yaitu:
H5: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

6. Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

Profitabilitas berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas bisnis yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena dari sudut pandang investor, perusahaan yang mampu menciptakan profitabilitas tinggi mampu mengelola uang yang dimilikinya secara efektif, termasuk modal saham yang ditanamkan investor. Hal ini selanjutnya dapat meningkatkan kepercayaan investor bahwa kas mereka telah diinvestasikan dalam usaha produktif, sehingga memvalidasi pilihan mereka untuk berinvestasi di perusahaan asosiasi (Anita dkk., 2022).

Nilai perusahaan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi di masa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan, karena apabila kesejahteraan para pemegang saham sudah mampu terpenuhi, maka sudah pasti keadaan tersebut mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula (Pratama & Wiksuana, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Octaviany, 2019) dan (Rumapea, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

H6 : Profitabilitas mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan dengan nilai Perusahaan

7. Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara struktur modal dan nilai perusahaan

Profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal. Profitabilitas adalah kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan laba (laba) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Anita dkk., 2022). Peningkatan nilai perusahaan berarti peningkatan kekayaan pemegang saham yang sering menjadi fokus penelitian sebelumnya. Tingkat profitabilitas yang diukur berdasarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset (ROA) maupun ekuitas (ROE) perusahaan juga berkontribusi dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Investor menganggap penting tolok ukur ROA dan ROE yang apabila bertumbuh konsisten maka nilai perusahaan cenderung ikut naik (Mardianto, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Natsir, 2021) dan (Gunarwanti, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memediasi struktur modal terhadap nilai perusahaan.

H7 : Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara struktur modal dan nilai perusahaan

