

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Signaling theory menurut Spance (1973), *signaling theory* merupakan teori yang menjelaskan bahwa perusahaan akan berusaha memberikan sinyal bagi masyarakat luas terkait tentang informasi-informasi mengenai apa saja yang telah berhasil digapai oleh perusahaan selama melaksanakan kegiatan operasional yang memiliki tujuan menarik minat para pemegang saham untuk melaksanakan penanaman modal diperusahaan. *Signaling Theory* juga dikenal sebagai teori sinyal, dikembangkan oleh Ross (1977) yang menyatakan bahwa jika eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik tentang perusahaan mereka, mereka akan lebih termotivasi untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor untuk mendorong peningkatan harga saham perusahaan.

Teori sinyal adalah teori yang mendasari hubungan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Informasi pertama kali diterima oleh investor kemudian diterjemahkan sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika kinerja keuangan perusahaan meningkat, ini dapat dianggap sebagai sinyal yang baik karena menunjukkan bahwa perusahaan itu baik. Sebaliknya jika kinerja keuangan yang dilaporkan menurun maka perusahaan tersebut dalam

kondisi tidak baik sehingga dapat dianggap sinyal yang buruk (Mariani dan suryani, 2018).

Signalling theory merupakan suatu teori yang menjelaskan seberapa pentingnya informasi yang dibuat oleh perusahaan untuk pihak eksternal yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Muharromi dkk., 2021). Sinyal yang didapat tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan dengan tepat, hal tersebut dapat mendorong perusahaan menaikkan kinerjanya dan saat kinerja perusahaan naik maka, akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham, hal tersebut yang berdampak pada nilai perusahaan (Anggraini dan Fidiana, 2021). Teori sinyal menjelaskan bagaimana suatu perusahaan harus memberi tahu pengguna laporan keuangan. Sinyal ini menyampaikan informasi tentang upaya manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa informasi seperti promosi yang menunjukkan bahwa bisnis itu unggul dari perusahaan lain (Aldi et al., 2020).

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah menggambarkan kondisi perusahaan kepada pihak luar seperti masyarakat hingga calon investor. Harga saham merupakan salah satu indikator yang menggambarkan yang sedang terjadi pada perusahaan. Untuk dapat mengambil keputusan dengan tepat maka nilai perusahaan yang tinggi cenderung memiliki kinerja perusahaan yang tinggi dan memiliki kinerja perusahaan lebih baik. Apabila perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab yang sudah

diberikan perusahaan dan sudah memenuhi tanggung jawab maka akan ada kenaikan pada nilai perusahaan.

Berjalannya suatu perusahaan untuk kedepannya merupakan salah satu yang menjadi faktor nilai perusahaan. Dengan begitu dapat menggambarkan seberapa baik aset perusahaan pada waktu yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan pada waktu yang akan datang akan memberikan sinyal yang baik. Manajemen perusahaan berperan sangat penting untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang terbaik. Manajemen perusahaan juga diharapkan memaksimalkan nilai perusahaannya (Dayanty dan Setyowati, 2020). Ada beberapa cara perhitungan nilai perusahaan yaitu *Price Book Value* (PBV), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Tobin's Q* (Anggraini dan Fidiana, 2021).

3. Profitabilitas

Rasio profitabilitas yaitu rasio yang menunjukkan berapa besar laba perusahaan dalam memanfaatkan adanya sumber daya. Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada, contohnya kas, modal, jumlah karyawan, dan jumlah cabang dapat diartikan sebagai rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan yang sangat penting untuk semua pengguna laporan keuangan, terutama oleh kreditur dan investor. Faktor penentu perubahan nilai dari efek sekuritas yaitu laba bagi investor ekuitas, laba dan arus kas umumnya merupakan sumber pembayaran bunga pokok bagi kreditur. Penelitian yang dilakukan menurut (Azizah dan Mukaromah, 2020) rasio profitabilitas memiliki tujuan untuk

mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

Profitabilitas merupakan *good news* bagi suatu perusahaan, karena dapat menunjukkan seberapa besar keuntungan yg diperoleh dari profitabilitas. Apabila nilai perusahaan tinggi maka dapat menunjukkan para investor juga akan meningkat. Tetapi sebaliknya apabila *bad news* bagi perusahaan maka perusahaan hanya mendapatkan profitabilitas rendah. Dengan demikian maka manajemen perusahaan sangat diharapkan untuk mendapatkan kinerja yang terbaik sampai memaksimalkan nilai suatu perusahaan. Seberapa profitabilitas yang didapat maka dapat diukur dengan kinerja keuangan perusahaan. Menurut (Dayanti dan Setyowati, 2020) perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa pihak manajemen mampu melakukan efisiensi dalam perputaran aset perusahaan.

4. Leverage

Leverage merupakan kewajiban keuangan suatu perusahaan untuk memenuhi kemampuan perusahaan baik dalam kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk melihat sejauh mana jumlah aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan modal sendiri dengan *leverage* Perusahaan harus memiliki kekayaan yang lebih tinggi dari pada kewajibannya bisa akan lebih cepat dalam mempublikasikan nilai perusahaannya. Tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak maka pengelolaan *leverage* sangat penting. Para pemilik perusahaan biasanya

menciptakan hutang pada tingkat tertentu untuk menaikkan nilai perusahaan (Pertiwi dan Hermanto, 2017). Perusahaan memiliki risiko keuangan yang sangat tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *stakeholders* apabila leverage tinggi pada suatu perusahaan. *Leverage* sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap aktiva suatu perusahaan dan juga merupakan rasio yang menghitung dana yang disediakan oleh kreditur.

Menurut (Silalahi dan Ardini, 2017) menyatakan bahwa *Leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi supaya dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. *Leverage* semakin besar maka menunjukkan resiko investasi yang sangat besar, sedangkan perusahaan dengan rasio *leverage* rendah memiliki resiko *leverage* yang kecil. Mengamati seberapa jauh aset yang digunakan dalam usaha dipenuhi dari hasil pinjaman dibandingkan dengan modal keuangan internal sendiri pada *leverage* digunakan untuk mengamati. Menurut (R. D. Utami dan Latief, 2021) perusahaan dapat dikategorikan mempunyai rasio *leverage* tinggi jika banyak aset milik perusahaan lebih sedikit dibanding jumlah aset kreditur.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Untuk melihat besar kecilnya suatu ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah penjualan, total asetnya. Pihak manajemen dapat mengoptimalkan aset perusahaan apabila perusahaan sedang memiliki

total aset yang sangat besar. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang sangat besar maka akan semakin mudah menjalankan usahanya dan akan memberikan dampak yang baik untuk perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan lebih cepat dalam menerima pendanaan baik yang bersifat internal atau eksternal. Jumlah aset yang dimiliki suatu perusahaan digambarkan dalam ukuran perusahaan. Menurut Lumoly dkk, (2018) ukuran semakin besar ukuran perusahaan, maka akan lebih banyak investor yang akan menaruh perhatian pada perusahaan. Perusahaan telah memiliki arus kas yang positif dan diperkirakan akan mengalami keuntungan dalam waktu dekat. Ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan. (Suwardika dan Mustanda, 2017).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Dibawah ini merupakan hasil penelitian terdahulu mengenai topic yang bersangkutan dengan penelitian Tabel :

Tabel 2.1

Hasil Pnelitian Terdahulu

No	Penulisan dan Identitas Jurnal	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	<p>Yerisma Welly, Elly Susanti, Khairul Anwar,</p> <p>Ernest Grace <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat Pada Perusahaan Makanan dan Minuman</p> <p>FINANCIAL : Jurnal Akuntansi (2019)</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh negatif, profitabilitas berpengaruh positif, ukuran perusahaan mampu memoderasi terhadap hubungan antara <i>leverage</i> dan profitabilitas dengan nilai perusahaan.</p>
2.	<p>Volume 5, Nomor 2, Halaman 1-10</p> <p>Andri Waskita Aji dan Fitri Fahmi Atun</p> <p>Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)</p> <p>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (2019) Volume 9, Nomor 3, Halaman 222-234</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Tax Planning (X1) Profitabilitas (X2) Likuiditas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan tidak memperkuat hubungan keduanya</p>

3.	<p>Aji, Andri Waskita Atun, Fitri Fahmi</p> <p>Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)</p> <p>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (2019) Volume 9, Nomor 3, Halaman 222-234</p>	<p>Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Tax Planing (X1) Profitabilitas (X2) Likuiditas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan keduanya</p>
4.	<p>M Fariyal Aldi, Erina Erlina, Khaira Amalia</p> <p>Pengaruh ukuran perusahaan, <i>Leverage</i>, profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel moderasi Pada perusahaan industri barang konsumsi</p> <p>Jurnal Sains Sosio Humaira (2020) Volume 4, Nomor 1</p>	<p>Variabel Moderasi : Kebijakan Deviden Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Ukuran Perusahaan (X1) <i>Leverage</i> (X2) Profitabilitas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai ,likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan deviden tidak mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan</p>
5.	<p>Ni Luh Supra Dewantari, Wayan Cipta, Gede Putu Agus Jana Susila</p> <p>Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI</p> <p>Jurnal Manajemen dan Bisnis (2019) Volume 1, Nomor 2</p>	<p>Variabel Dependen Nlai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Ukuran Perusahaan (X1) <i>Leverage</i> (X2) Profitabilitas (X3)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaann, <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap</p>

			nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	<p>Fajaria dan Ardina Zahrah</p> <p><i>The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable</i></p> <p>International Journal of Managerial Studies and Research (2018) Volume 6, Number 10, Page 55-69</p>	<p>Variabel Moderasi : <i>Dividend Policy (Z)</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Growth of Firm Value (Y)</i></p> <p>Variabel Independen <i>Profitability (X1)</i> <i>Liquidity (X2)</i> <i>Leverage (X3)</i></p>	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Variabel likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
7.	<p>Dian Pangesti, Untung Sriwidodo, dan Edi Wibowo</p> <p>Pengaruh Net Profit Margin dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan (2020) Volume 20, Nomor Halaman 54-67</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Net Profit Margin (X1) Debt to Equity Ratio R (X2)</p>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Debt To Equity Ratio berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak memperkuat pengaruh debt to equity ratio terhadap nilai perusahaan
8.	<p>Maria Florentina Meze</p> <p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016- 2018</p> <p>Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (2020)</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : <i>Leverage (X1)</i> <i>Profitabilitas (X2)</i></p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, <i>leverage (DER)</i> secara parsial negative terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.
9.	<p>Slamet Mudjijah, Zulvia Khalid, Diah Ayu Sekar Astuti</p> <p>Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai

	Jurnal Akuntansi dan Keuangan (2019) Volume 8, Nomor 1, Halaman 41- 56	: Profitabilitas (ROA) (X1) Struktur Modal (X2)	perusahaan, Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan.
10.	Rizky Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Jurnal stie Volume	Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Profitabilitas (X1) <i>Leverage</i> (X2)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Secara moderasi, ukuran perusahaan mampu memoderasi secara negatif (memperlemah) hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan memoderasi <i>leverage</i> tidak perlu dilakukan dikarenakan hubungan antara variabel <i>leverage</i> tidak memperkuat terhadap nilai perusahaan.
11.	Andri Waskita Aji dan Fitri Fahmi Atun Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018) Jurnal Ilmiah Akuntansi Humanika (2019) Volume 9, Nomor 3	Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Tax Planing Profitabilitas Likuiditas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Variabel likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat hubungan keduanya. Likuiditas diperkuat oleh ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
12.	Triasesiarta Nur Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai	Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan Variabel Dependen :	Penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai

	Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi E-Jurnal Manajemen Bisnis (2019) Volume 22, Nomor 1	Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen: Profitabilitas (X1) Likuiditas (X2)	perusahaan, likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh profitabilitas maupun likuiditas terhadap nilai perusahaan.
13.	I Nyoman Ade Suwardika dan I Ketut Mustanda Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti E-Jurnal Manajemen Unud (2017) Volume 6, Nomor 3, Halaman 1248-1277	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : <i>Leverage</i> (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Profitabilitas (X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan
14.	Dede Hertina, Mohamad Bayu Herdiawan Hidayat, dan Dara Mustika Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (2019) Volume 3, Nomor 1	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y) Variabel Independen : Ukuran Perusahaan (X1) Kebijakan Hutang (X2) Profitabilitas (X3)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
13.	Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan perusahaan dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Jurnal Turnojoyo Ekonomi dan Bisnis (2021) Volume 15, Nomor 1.	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Profitabilitas (X1) Pertumbuhan Perusahaan (X2) Likuiditas (X3)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
14.	Febby Nuraudita Suryana, Sri Rahayu Eprospiding Manajemen Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen :	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas

	<p>dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (2019)</p> <p>Volume 5, Nomor 2.</p>	<p><i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2) Ukuran Perusahaan (X3)</p>	<p>berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
15.	<p>Dr. Ali Khalifa Ali Stela dan Dr. AbdalSam Mohamed Abed Rhumah</p> <p>Effect of Board Disversity, Audit Committee, Managerial Ownership, Ownership of Institusional, Profitability and <i>Leverage</i> on Value of the Firm Internasional</p> <p>Journal of Financial Management (IJFM) (2017) Volume 8, Nomor 1, Halaman 1-10</p>	<p>Variabel Dependen : Value of the Firm</p> <p>Variabel Independen : Board Disversity (X1) Audit Committee (X2) Managerial Ownership of Institusional (X3) Profitability (X4) <i>Leverage</i> (X5)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
16.	<p>Riski Dina Utami dan Azhar Latief</p> <p>Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018</p> <p>Borneo Studen Research (2021) Volume 2, Nomor 3, Halaman 2123-2131</p>	<p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Profitabilitas (X1) <i>Leverage</i> (X2)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>leverage</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.</p>
17.	<p>Hotman Tohir Pohan, Ice Nasyrah Noor, dan Yudha Fatrya Bhakti Pengaruh</p> <p>Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Jurnal Akuntansi Trisakti (2018) Volume 5, Nomor 1, Halaman 41-52</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Corporate Social Responsibility (X1) Profitablitas (X2)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>

18.	<p>Triasesiarta Nur (2019)</p> <p>Jurnal Manajemen Bisnis Pengaruh Profitabilitas dan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi (2019)</p> <p>Volume 22, Nomor 1</p>	<p>Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen: Profitabilitas Lingkungan</p> <p>Variabel Independen Nilai perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.</p>
19.	<p>Annisa Dayanty dan Widhy Setyowati</p> <p>Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)</p> <p>Jurnal Magisma (2020) Volume VIII, Nomor 2, Halaman 77-87</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Kinerja Keuangan (Profitabilitas (ROA))</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak memoderasi variabel ROA terhadap nilai perusahaan</p>
20.	<p>Vivi Apriliyanti, dkk</p> <p>Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai dan Ukuran Perusahaan</p> <p>Jurnal Magister Akuntansi Trisakti (2019) Volume 6, Nomor 2, Halaman 201- 224</p>	<p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Kebijakan Hutang (X1) Kebijakan Dividen (X2) Profitabilitas (X3) Pertumbuhan Penjualan (X4) Kesempatan Investasi (X5)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan,</p>
21	<p>Melati Septyaningrum</p> <p>pengaruh penghindaran pajak, ukuran perusahaan, leverage terhadap nilai perusahaan dengan transparansi informasi sebagai variabel moderasi</p> <p>Prosiding Seminar Nasional Pakar</p>	<p>Variabel Moderasi :Transparasi Informmasu (Z)</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)</p> <p>Variabel Independen : Penghindaran Pajak (X1)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transparansi informasi</p>

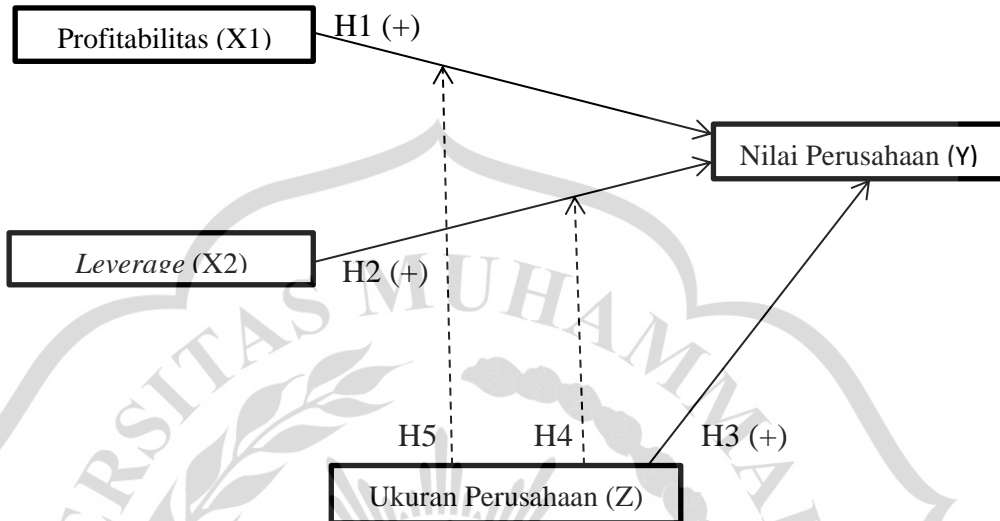
	Volume 6, Nomor 2, Halaman 1-6	Ukuran perusahaan (X2) <i>leverage</i> (X3)	dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun transparansi informasi tidak mampu memperkuat pengaruh <i>leverage</i> dengan nilai perusahaan.
22	Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Volum 5, Nomor 9, Halaman 5671-5694	Variabel Dependen : Ukuran Perusahaan (Y) Nilai Perusahaan (Y) Profitabilitas (Y) Variabel Independen : Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan. Sementara Leverage dan Profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran Pengembangan Hipotesis

Untuk memahami masalah yang akan diteliti maka diperlukan sebuah model riset. Model riset yang menjadi dasar dalam melakukan riset yang memiliki tujuan untuk menemukan, menguji, serta mengembangkan sebuah riset. Besar kecilnya perusahaan diukur berdasarkan total aktiva yang perusahaan miliki dan bisa digunakan dalam operasional perusahaan. Perusahaan yang mempunyai jumlah aset yang banyak, maka memudahkan manajemen menggunakan aktiva yang dimiliki perusahaan. Selain itu, investor juga akan lebih tertarik untuk berinvestasi atau bekerja sama dengan perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Kerangka penelitiannya dapat dirangkai sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Keterangan :

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

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengertian lain juga menyebutkan bahwa profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur efisiensi dan efektivitas operasional harta yang dimilikinya (Astakoni dkk, 2019).

Profitabilitas didalam perusahaan yanag dilaporkan baik bisa dijadikan sinyal bagi investor untuk menginvestasikan dan memnanamkan modalnya kedalam perusahaan tersebut. Dengan adanya profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal yang positif terhadap investor yang tertarik dengan penanaman saham di perusahaan tersebut. Ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, investor ingin membeli sahamnya (Hertina dkk, 2019). Profitabilitas meningkat maka juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi infestor dalam menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi sehat dan memiliki kemampuan dalam memperoleh laba yang tinggi, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi (Hidayat, 2018). Menurut (Iskak, 2020) menyatakan bahwa Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar juga kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Meningkatnya laba perusahaan, perusahaan akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham dan menunjukkan kondisi perusahaan yang baik, sehingga dapat menarik investor dan calon investor untuk berinvestasi. Akibatnya, tinggi atau rendahnya Return on

Asset (ROA) mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan (Anisa dkk, 2021). Hasil penelitian menurut (Kanta dkk, 2021) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan (Aji dan Atun, 2019) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Febrinita, 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Leverage merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh kreditur menyediakan dana dan seberapa besar rasio tersebut dibandingkan dengan total hutang perusahaan, investor akan berpikir dua kali sebelum berinvestasi pada bisnis yang memiliki aset yang banyak tetapi juga resiko leverage yang tinggi.(Sutama dan Lisa, 2018). Hal ini berarti perusahaan telah mampu memanfaatkan aset-aset perusahaan secara maksimal sehingga mendapatkan keuntungan yang tinggi. Akibatnya akan membuat banyaknya permintaan saham dan membuat nilai perusahaan naik(Aji dan Atun, 2019). Manajer akan diawasi untuk mengoptimalkan pihak yang memberikan hutang.

Leverage dapat dipahami sebagai sebuah penentu dari risiko yang menempel pada suatu perusahaan. Maka apabila *leverage* semakin besar maka resiko investasi akan membesar juga. Hal ini berarti perusahaan yang berhutang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi. Perhitungan hutang diartikan oleh pihak luar sebagai kemampuan sebuah perusahaan

untuk membayar kewajiban dimasa akan datang yang akan direspon secara positif oleh pasar (Putri dan Miftah, 2021). Pendanaan dengan utang lebih baik daripada memberikan saham baru. Hal ini dikarenakan utang tidak mempengaruhi return bagi investor selama manfaat utang lebih besar daripada beban yang ditimbulkan (R. B. Utami dan Prasetyono, 2016). Hasil penelitian menurut (Aldi dkk, 2020). *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian (Suwardika dan Mustanda, 2017) *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewantari dkk, 2019) *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H2 : *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang tampak dalam nilai total aset perusahaan. Perusahaan yang besar dinilai memiliki kinerja operasional yang baik dan memiliki keuangan yang mapan dan stabil, sehingga dengan kestabilan keuangan yang dimiliki kinerja yang baik dan menjanjikan untuk membalas imbal hasil atas investasi yang diberikan sehingga nilai perusahaan meningkatkan. Selain itu ukuran perusahaan yang besar juga akan mudah untuk mendapatkan dana dari pihak ketiga yaitu kreditur dengan cara mengajukan asetnya yang besar hal ini dipastikan mempermudah perusahaan melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi yang dapat

menjadikan perusahaan menjadi lebih berkembang pesat hal ini yang dilihat oleh investor sebagai sinyal positif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Aldi dkk, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mariani & Suryani (2018) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sama seperti penelitian yang dilakukan Novari & Lestari (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Mudjijah (2019) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

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

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor ukuran perusahaan. nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukurannya. Total aset yang dimiliki perusahaan disebut juga dengan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan dinilai mampu menghasilkan profitabilitas yang tinggi (Apriliyanti dkk, 2019). Hal ini menyebabkan masyarakat percaya pada barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki ukuran bisnis yang besar; perusahaan ini akan berkembang, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan dan meningkatkan nilainya (Izzah, 2017). Perkembangan perusahaan yang baik dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Keuntungan perusahaan

apabila memiliki aset besar akan mendapatkan perhatian yang lebih oleh masyarakat.

Perusahaan dalam mengelola asetnya agar mendapatkan keuntungan pada kinerja keuangan (ROA) dapat diukur dengan return on asset. Ukuran perusahaan memoderasi hubungan nilai perusahaan dan kinerja keuangan. Untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari perusahaan yang besar yang lebih menguasai mengelola sumber daya perusahaan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan (Pohan dkk, 2019) (Apriliyanti dkk, 2019) membuktikan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi hubungan positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena ukuran perusahaan yang besar akan lebih banyak memiliki keunggulan apabila dibandingkan dengan perusahaan kecil untuk meningkatkan pasar dan mendapatkan tingkat keuntungan yang tinggi. Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H4 : Ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

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

Untuk meningkatkan nilai pada suatu perusahaan yaitu dengan pendanaan melalui utang dan didalamnya ukuran perusahaan kurang mendukung. Risiko keuangan disebabkan oleh pendanaan melalui utang. Risiko ini dibebankan para pemegang saham biasa akibat keputusan

untuk melakukan pendanaan melalui utang. Perusahaan cukup besar akan memiliki risiko lebih rendah apabila dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bisa terjadi karena kontrol yang baik bisa dilihat didalam perusahaan besar sehingga mampu melewati persaingan yang ada. Utang perusahaan harus dibayarkan kembali, baik utang jangka pendek maupun jangka panjang. Terjadinya *financial distress* dapat terjadi apabila penggunaan utang mencapai titik maksimum. Kondisi suatu perusahaan akan kesulitan bagian keuangan dan kemungkinan akan mengalami kebangktutan. Perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor apabila nilai perusahaan tinggi dan utang perusahaan rendah. Menurut (Pangesti dkk, 2020) keterlibatan dari penelitian ini untuk mendapatkan investor untuk berinvestasi di perusahaan, manajemen perusahaan harus menentukan struktur modalnya dengan utang tertentu dan terus meningkatkan kinerjanya. Ini akan meningkatkan harga saham dan mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor.

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

**H5 : Ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan *leverage*
dengan nilai perusahaan**

