

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal diartikan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan dan meninjau perusahaan bernilai rendah atau tinggi. Brigham dan Houston (2013) menjelaskan teori sinyal adalah cakupan langkah manajemen perusahaan untuk mengevaluasi potensi perusahaan kepada para investor. Teori sinyal bermanfaat sebagai dasar dalam menjelaskan akurasi dan ketepatan dalam pemaparan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit. Candra et.al (2020) menambahkan laporan keuangan yang telah diaudit dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan mempunyai informasi yang baik. Teori ini dapat diinterpretasikan sinyal yang dikeluarkan memiliki informasi yang signifikan agar dapat mempengaruhi pihak eksternal perusahaan, seperti kebutuhan informasi oleh pihak investor atau meninjau dampak nilai perusahaan. Pada penyelesaian nilai perusahaan akan menyajikan pelaporan dalam publikasi informasi keuangan perusahaan yang telah di audit. Jika semakin lama informasi terkait laporan keuangan perusahaan (nilai perusahaan) hal ini juga dapat berdampak terhadap respon investor dan pasar modal (Firmansyah dan Amanah, 2020).

Teori sinyal relevan dalam menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimana perusahaan menginformasikan atau

memberi sinyal kepada para pemegang saham meski berita baik atau berita buruk. Ketika profitabilitas tinggi maka akan menjadi *good news* yang ditujukan kepada para pemegang saham. Sebaliknya, jika perusahaan mengalami tingkat profitabilitas yang rendah maka akan menjadi *bad news* kepada para pemegang saham (Margaretha dan Fachriyah, 2019). Teori ini memberikan indikasi kepada investor tentang tingkat *leverage* suatu perusahaan berdasarkan rasio hutang terhadap ekuitas. Semakin tinggi tingkat *leverage*, menunjukkan pada investor bahwa perusahaan tersebut tidak *solvable* maka investor mempunyai respon yang kurang positif terhadap sinyal tersebut. Sinyal yang ditunjukkan mengenai ukuran perusahaan ditinjau dari total asetnya dapat memberikan indikasi yang baik atau buruk terkait dengan peningkatan nilai perusahaan yang akan memengaruhi tanggapan investor terhadap nilai perusahaan tersebut (Manggale, 2021).

2.Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan persepsi dari para investor mengenai keberhasilan suatu perusahaan atau harga jual sebelum disepakati. Hal ini berhubungan erat dengan prospek pendapatan yang dihasilkan oleh aset perusahaan. Nilai perusahaan dapat dianggap sebagai gambaran prospektif dari suatu perusahaan karena mencerminkan harapan terhadap performa dan potensi keuntungan yang bisa diperoleh di masa depan aset (Rahmadinar & Khuzaini, 2019). Jadi, nilai perusahaan mencerminkan ekspektasi dan antisipasi terhadap hasil yang berpotensi didapatkan dari investasi di perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat mempengaruhi pendapat pemilik saham dalam mengambil keputusan. maka tingkat keberhasilan perusahaan yang menyangkut dengan harga saham sangat prioritas untuk perusahaan itu sendiri. Semakin naik harga saham perusahaan, nilai perusahaan juga akan semakin naik (Meidiyustiani, 2016). Perusahaan yang bagus akan terlihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Atiningsih dan Wahyuni (2020) menjelaskan dampak positif dari tingkat pertumbuhan penjualan dalam menguasai nilai perusahaan akan lebih diminati oleh investor. Kemampuan manajemen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dapat dijadikan indikator tingkat keberhasilan manajemen perusahaan, (Artini, 2019). Seiring meningkatnya nilai saham secara otomatis, kenaikan nilai saham berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan sebagai pertimbangan investor dan prospeknya di masa yang akan datang (Bagaskara et al., 2021).

Nilai perusahaan juga berpegangan pada peluang bisnis dan kemampuan perusahaan untuk menarik modal dari eksternal (Rahmansyah & Djumahir, 2018). Modal perusahaan dapat lebih mudah diperoleh dari eksternal seperti bisnis yang lain sehingga perkembangan perusahaan lebih cepat (Brigham dan Houston, 2019). Harga pasar memperlihatkan ragam keputusan dan kebijakan yang diambil oleh manajemen sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditandai dengan nilai pengembalian investasi yang nilainya tinggi untuk

investor (Dewantari et al., 2020). Kenaikan nilai perusahaan menjadi dorongan bagi pemegang saham karena nilai perusahaan yang meningkat dapat meningkatkan kemakmuran investor (Sianipar, 2017). Nilai perusahaan dapat diartikan berdasarkan persepsi investor terhadap perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Price Book Value* (PBV) yang membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku suatu perusahaan. Artinya, perusahaan dengan PBV baik memiliki persepsi nilai perusahaan yang semakin tinggi (Rachmawati dan Pinem, 2021).

3. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dengan memanfaatkan seluruh modal yang beroperasi di dalamnya. Tingkat profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas. Semakin tinggi rasionya, semakin besar keuntungan yang dihasilkan. Dalam hal ini manajemen akan memperlakukan laporan keuangan secara berbeda setiap kali perusahaan telah memperoleh tingkat profitabilitas yang tinggi atau rendah. Rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan cenderung memberi dampak buruk yang menyebabkan turunnya penilaian kinerja perusahaan (Yendrawati dan Mahendra, 2018).

Profitabilitas merupakan hasil akhir dari seluruh kebijakan yang diterapkan oleh suatu perusahaan dan dapat digunakan sebagai imbalan atas investasi. Jika suku bunga tinggi maka harga saham di pasar modal juga akan naik, sehingga jika profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Sutama dan Lisa, 2018). Meningkatnya

keuntungan perusahaan dengan tanda sinyal baik bagi investor membuktikan bahwa pemegang saham dapat makmur melalui pengembalian saham yang tinggi. Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan Perusahaan tersebut memiliki berita bagus sehingga dalam pelaksanaan audit dilakukan secara cepat agar laporan keuangan segera disampaikan kepada pihak stakeholder, sedangkan Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas rendah dapat dikatakan bahwa laporan keuangan Perusahaan tersebut memuat berita buruk sehingga pelaksanaan audit dilakukan dengan berhati-hati hal tersebut yang dapat memperpanjang waktu penyelesaian audit dan dapat menyebabkan dalam menyampaikan laporan keuangan (Arizky dan Purwanto, 2018). Profitabilitas memberikan indikasi seberapa efisien perusahaan beroperasi, sehingga dapat memberikan keuntungan. Tanpa adanya keuntungan, menjadi sangat sulit untuk menarik minat para investor (Rahayu dan Sari, 2018). ROA digunakan dalam penelitian ini dan menginvestigasi para investor yang menanamkan modalnya di perusahaan berharap mendapatkan pengembalian yang baik. Dengan tingginya tingkat pengembalian yang diperoleh, para investor akan meraih keuntungan lebih besar dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan tempat mereka berinvestasi (Rachmawati & Pinem, 2021).

4. Leverage

Rasio *leverage* atau rasio solvabilitas bertujuan untuk mengukur perbandingan antara modal pemilik dengan dana kreditur yang dipinjamkan. Rasio ini untuk melihat seberapa jauh aset perusahaan yang biayanya berasal dari hutang dengan tingkat keamanan pinjaman bank (Sudradjat et al., 2019). Penggunaan biaya hutang untuk perusahaan tersebut adalah memberi kredit yang akan tertuju besarnya jaminan kredit yang diberikan, menggunakan biaya hutang apabila perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, oleh karena itu pemilik saham keuntungannya akan melesat naik, juga pemakaian hutang pemegang mendapatkan biaya tanpa kehilangan pengendalian pada perusahaannya. *Leverage* dapat diukur menggunakan *Debt Equity Ratio*. Tingkat *Leverage* yang semakin tinggi artinya hutang yang digunakan semakin besar dan risiko perusahaan yang dihadapi juga semakin besar, terutama saat kondisi perekonomian memburuk.

Hery (2017) menjelaskan *Leverage* sebagai rasio utang terhadap modal. Rasio ini ditinjau sebagai tolok ukur kreditor dalam menyediakan dananya dari pada dengan pemegang saham perusahaan. *Leverage* mencerminkan cara perusahaan memanfaatkan pembiayaan melalui hutang. Teori sinyal menjelaskan harga saham yang naik menjadi respon terhadap *leverage* keuangan yang meningkat. Artinya, perusahaan dapat membayar utangnya dari modal perusahaan tersebut. Namun, tingginya rasio *leverage* juga meningkatkan risiko investasi pada suatu perusahaan.

Leverage disebut sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya (Sudjono dan Setiawan, 2022). Yendrawati dan Mahendra (2018) menjelaskan rasio *Leverage* sebagai alat ukur kemampuan untuk melunasi baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* berfokus pada reaksi di neraca yang menunjukkan kemampuan untuk melunasi baik kewajiban lancar atau kewajiban tidak lancar. Teori sinyal mampu menjelaskan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan terkait dengan sinyal yang diberikan oleh perusahaan. Konteks penelitian ini melibatkan para pemegang saham (*shareholder*) atau calon pemegang saham antara berita baik ataupun berita buruk (Margaretha dan Fachriyah, 2019).

Leverage adalah cara meminjam meningkatkan keuntungan investor perusahaan. Jika biaya bunga yang tinggi saat dibayarkan perusahaan, maka semakin besar *Leverage* yang dapat diperoleh bahkan dapat mengurangi beban bunga perusahaan. Ketika sebuah perusahaan memiliki hutang, artinya perusahaan secara sadar harus mampu bertanggung jawab di masa depan. bersedia untuk bertanggung jawab membayar hutangnya di masa depan, dan situasi di mana perusahaan menggunakan hutang memberikan peringkat yang baik kepada investor karena diyakini bahwa perusahaan tersebut memiliki kapasitas hutang yang baik untuk melunasi kewajibannya (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Penelitian ini mengukur rasionya dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini adalah perbandingan antara total utang dan total ekuitas perusahaan (Alpi, 2018). Menurut (Septianto, 2016), *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur parameter antara total utang dan total modal. Dengan kata lain, rasio ini menjelaskan bagaimana aset perusahaan didanai oleh pinjaman yang berpengaruh pada pembiayaan aset pembiayaan asset semakin besar.

Perusahaan dengan rasio hutang yang tinggi memiliki risiko kerugian yang lebih tinggi ketika kondisi perekonomian tidak mendukung (saat resesi). Namun pada kondisi perekonomian normal, perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Dibalik itu, Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko kehilangan uang yang lebih kecil selama resesi, namun mereka juga memiliki peluang yang lebih kecil untuk meningkatkan laba atas ekuitas dalam perekonomian normal (Brigham dan Weston, 2003). *Leverage* memperlihatkan kemampuannya dari perusahaan yang melengkapi kewajiban finansialnya apabila dilikuidiasi. Rasio ini mencerminkan jumlah aset perusahaan untuk melunasi seluruh kewajiban dan utangnya yang mungkin merupakan utang jangka panjang. *Leverage* juga dikenal sebagai alat yang mengukur seberapa besar suatu perusahaan bergantung pada kreditornya untuk membiayai asetnya. Dengan demikian, *leverage* yang tinggi mengindikasikan perusahaan sangat bergantung pada pinjaman eksternal untuk membiayai kebutuhan perusahaan (Humairah et al., 2021).

Leverage yaitu kemampuan perusahaan dalam mengelola aset tetap dan dana dengan status hutang untuk mengoptimalkan kemakmuran antara pemilik dan pemegang saham (Yusmaniarti et al., 2019). Penelitian terdahulu oleh Tumanan dan Ratnawati (2021) dan Andriani dan Subardjo (2017) memberi kesimpulan hasil pengaruh positif signifikan dari variabel yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* terhadap nilai perusahaan. Artinya, hal tersebut berpengaruh terhadap kegiatan operasional yang berkesinambungan dan perusahaan yang diberi pinjaman dianggap dapat melunasi kewajibannya di masa mendatang.

Leverage juga dianalisis sebagai bahan evaluasi perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Perusahaan dengan hutang tinggi memiliki risiko tinggi sehingga calon investor cenderung enggan memberi modalnya. Jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, maka nilai perusahaan perlahan menurun. Oleh sebab itu, pengelolaan *leverage* perlu dicermati karena dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5.Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dideskripsikan sebagai penunjuk besar kecilnya perusahaan yang ditinjau dari total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar (Agatha dan Irsad, 2021). Menurut (Zulaekha dan Widyastuti, 2022), besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari banyaknya aset yang dimilikinya. Aset sendiri merupakan sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan diharapkan dapat menghasilkan profit lebih besar. Ukuran perusahaan dapat dianggap sebagai salah satu faktor lingkungan

kerja yang dapat mempengaruhi persepsi indikator bahwa suatu perusahaan kemungkinan besar akan bangkrut. Perusahaan yang lebih besar dianggap memiliki ketahanan krisis yang lebih tinggi ketika mengelola perusahaannya (Christine et.al, 2019).

Ukuran perusahaan dikategorikan menjadi tiga yaitu perusahaan kecil, menengah, dan besar. Penggolongan ukuran perusahaan didasarkan pada jumlah total neraca perusahaan. Perusahaan yang lebih besar memiliki keuntungan dalam mendapatkan akses ke pembiayaan pinjaman dan lebih mudah menghadapi persaingan atau bertahan di industri karena skala dan sumber daya yang lebih besar dan keuangannya cenderung stabil. Namun, perusahaan kecil memiliki keunggulan dalam fleksibilitas menghadapi ketidakpastian karena mereka dapat lebih responsif terhadap perubahan yang tiba-tiba. Selain itu, sinyal baik atau buruk ditinjau dari ukuran perusahaan dapat ditinjau oleh investor dan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar mungkin lebih menarik bagi investor karena potensi pertumbuhan dan stabilitasnya, sementara perusahaan kecil dapat menarik investor dengan prospek pertumbuhan yang cepat (Aru & Widati, 2022). Dengan demikian, rumus yang digunakan untuk meninjau tinggi rendahnya operasional perusahaan dihitung dengan rumus SIZE (Nurlaela, 2017).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	Wardhany et al.,2019 Ensiklopedia of jurnal Vol.2 No.1 Edisi 2 Oktober 2019	Variabel X : Profitabilitas. Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2	Indra w.p et al.,2021 Jurnal EMBA Vol.9 No.2 April 2021	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh dan hubungan positif. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan dan mempunyai hubungan positif.
3	Maria stevania N.S et al., Jurnal Akuntansi Bisnis Dan ekonomi Vol.6 No.2 September 2020	Variabel X: Profitabilitas, Ukuran perusahaan. Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Pengaruh positif profitabilitas terhadap variabel Y. 2. Ada hubungan positif ukuran perusahaan terhadap variabel Y.
4	Rizky A.N dan Mohammad Fany A. Jurnal mirai management Vol.5 No.2 2020	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas Berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> Berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Muhammad Fadhillah F et al.,e-Proceeding of management Vol.6 No.3 Desember 2019	Variabel X : Leverage, Ukuran perusahaan Variabel Y : Nilai perusahaan	1. <i>Leverage</i> Berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan Berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6	Bagaskara,Titisari, Dewi 2021 http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMMEKONOMI	Variabel X : Profitabilits, <i>Leverage</i> , Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7	Simamora,	Variabel X	1. Profitailitas berpangaruh

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
	Mahardika e-Proceeding of Management Vol.08 No.5 oktober 2021	Profitabilitas , <i>Leverage</i> , Ukuran perusahaan Variabel Y : Nilai perusahaan	terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8	Ramadhitya, Dillak e-Proceeding of management Vol.5 No.5 Desember 2018	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran perusahaan Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	Oktaviarni, Murni, Suprayitno Jurnal Akuntansi https://doi.org/10.3369/j.akuntansi.9.1.1-16 . Vol.9, No.1 2019	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
10	Mufidah dan Purnamasari Jurnal keuangan dan perbankan syariah Vol 6, No.1 tahun 2018	Variabel X : Profitabilitas Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11	Rahmi dan Danantho Owner : Riset dan jurnal internasional https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1175 . Vol.6 No 4, oktober 2022	Variabel X : <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. <i>Leverage</i> Tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12	Edi Purnomo, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Jurnal Ekobis Dewantara Vol.1	Variabel X : <i>Leverage</i> , Profitabilitas Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>Leverage</i> pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif

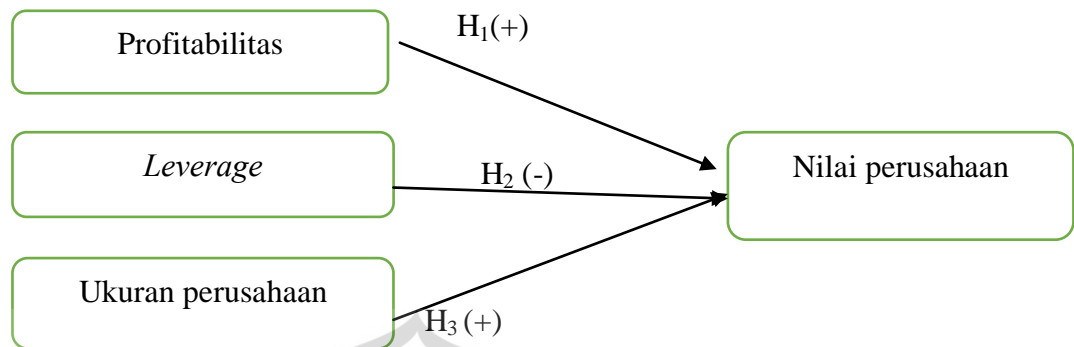
No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
	No. 12 Desember 2018		terhadap nilai perusahaan.
13	Maulida dan Herni, Jurnal Ekonomi Trisakti https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet Vol. 2 No. 2 Oktober 2022 : hal : 1923-1932 http://dx.doi.org/10.25105/jet.v2i2.14885V.e-ISSN 2339-0840	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
14	Iskandar, Mandra, Oktariyani. Jurnal social ekonomi dan Humaniora, Vol. 6 No. 2 Desember 2020 http://jseh.unram.ac.id	Variabel X : <i>Leverage</i> , Profitabilitas. Variabel Y : Nilai perusahaan	1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
15	Astrinita dan Ruzika, Program Studi Administrasi Bisnis - Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277 Vol. 14 No. 2 Oktober 2019	Variabel X : <i>Leverage</i> Variabel Y: Nilai perusahaan	1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
16	Anisa,	Variabel X :	1. Ukuran perusahaan tidak

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
	Hermuningsih, Maulida Religion education social laa roiba journal Vol.4 No. 2 2022	Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas. Variabel Y : Nilai perusahaan	berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas berpengaruh positif nilai perusahaan.
17	Darmawan, Putragita, Purnadi, Aryoko Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Vol.5, No.1 Juni 2020	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> Berpengaruh negatif dan nilai perusahaan.
18	Fitriana, Purwohandoko Jurnal Ilmu Manajemen Vol.10 No. 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya 202	Variabel X : <i>Leverage</i> , Profitabilitas Variabel Y : Nilai perusahaan	1. <i>Leverage</i> Memiliki hasil positif terhadap variabel nilai perusahaan. 2. Profitabilitas menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.
19	Andriani, Rudianto Journal of entrepreneurship, management, and industry (JEMI) Vol.2, No. 1 2019	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
20	Setyabudi Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol.1, No. 1 April 2022	Variabel X : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Variabel Y : Nilai perusahaan	1. Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran

Apabila profitabilitas tinggi maka prospek perusahaan menjadi baik dan efisiensinya meningkat dan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Novari dan Lestari, 2016). Apabila perusahaan dapat menarik perhatian investor, maka terjadi peningkatan permintaan saham. Hal ini akan memberikan dampak baik pada nilai perusahaan. Sari dan Priyadi (2016) menjelaskan nilai perusahaan akan meningkat apabila harga sahamnya tinggi dan juga menaikkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai tingkat rasio leverage yang tinggi, hal ini dapat mengindikasikan adanya kegagalan dalam perusahaan dan memicu perhatian lebih dari seorang auditor terhadap keandalan laporan keuangannya. Situasi ini dapat menandakan bahwa perusahaan berada dalam kesulitan keuangan (Halim, 2018).

Ukuran perusahaan mencerminkan perolehan keuntungan di masa depan dan mencerminkan komitmen yang tinggi dalam mengevaluasi kinerjanya sehingga dapat membuat rasa kepercayaan yang tinggi untuk membayar harga lebih mahal untuk memperoleh saham karena menyakini mendapat keuntungan dari perusahaan tersebut (Indrayani et al., 2021). Faktanya, investor cenderung tertarik pada ukuran perusahaan yang besar karena perusahaan berukuran besar cenderung stabil dan nilai perusahaannya cenderung naik (Priyatama & Pratini, 2021). Maka, rumusan kerangka pemikiran penelitian ini:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan apabila laba perusahaan meningkat maka persepsinya baik (Dewi dan Ekadjadja, 2020). Laba bagian keuntungan yang diberikan kepada para investor adalah laba yang telah dihitung bunga dan pajak. Harga saham dapat diramalkan dengan rasio *Return on Assets* (ROA). ROA juga sebagai tolak ukur efektifitas emiten dalam menghasilkan profit dengan memanfaatkan asset perusahaan (Lubis et al., 2017). Profitabilitas dapat dijadikan sebagai perkiraan perolehan laba yang ditinjau dari kinerja perusahaan. Rasio tersebut mampu memberikan gambaran bahwa kinerjanya efektif dalam menciptakan keuntungan dari keterbatasan sumber daya yang ada. Tingginya tingkat profitabilitas juga mampu menciptakan kemakmuran bagi para investor untuk menanamkan modalnya. Hasil ini dipaparkan oleh Ramadhonah et.al (2019) dengan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa oleh Dwiastuti dan Dillak (2019) menyimpulkan ada pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berikut rumusan hipotesis pertamanya:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Utang yang besar menandakan harga saham yang tinggi. Tetapi, dalam pemberian utang, perlu ada kebijakan yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Namun, apabila porsi hutangnya terlalu berlebihan dari batas yang diberikan perusahaan, nilai perusahaan dapat menurun karena manfaat yang didapatkan tidak terlalu berpengaruh. Hal tersebut menunjukkan semakin rendah tingkat hutang. Jika suatu perusahaan mampu mengurangi kewajibannya untuk membayar hutang kepada kreditur, hal ini dapat menyebabkan peningkatan nilai perusahaan. Penurunan kewajiban membayar hutang dapat meningkatkan profitabilitas dan harga saham perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan dapat meningkat.

Penelitian Hertika et.al (2019) menyatakan hasil ada pengaruh negatif kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut relevan dengan Palupi dan Hendiarto (2018) yang tidak ada pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Habiiloh (2018) dan Hamid (2019) menjelaskan ada pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan. Jadi, hipotesis keduanya sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

3. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap kinerja. Informasi yang baik dapat diperoleh berdasarkan ukuran perusahaan yang besar dan dijadikan pertimbangan investor dalam berinvestasi sehingga pengaruhnya menjadi positif terhadap perusahaan

(Ekadjaja, 2021). Menurut Nugraha dan Alfarisi (2020), total aset perusahaan dapat ditinjau dari ukuran perusahaan. Sedangkan, Simamora et.al (2021) mengungkapkan ukuran perusahaan yaitu total eksposur dinilai dari aset perusahaan. Ukuran perusahaan bisa digambarkan sebagai dapat mencerminkan ukuran perusahaan total asset, total penjualan, rata-rata penjualan dan rata-rata total penjualan aset perusahaan (Barnades, 2020).

Ukuran perusahaan dilihat dari nilai perusahaan ekuitas, nilai penjualan, dan saham perusahaan yang tersebar secara eksternal, yang masing-masing ekuitas mempunyai sedikit efek pada kerugian atau kerugian pengendalian dialihkan dari pihak dominan kepada perusahaan terkait (Kurniawan & Ardiansyah, 2020). Penelitian terdahulu oleh (Astuti & Yadnya, 2019), (Dewi & Sudiartha, 2018), (Simamora et al., 2021), (Hertina et al., 2019), (Nanda sari et al., 2021), (Yulipratama dan Mardani, 2017), (Chumaidah & Priyadi, 2018) dan (Nurminda et al., 2017) menyimpulkan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis ketiganya sebagai berikut:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.