

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A Telaah Literatur

1. Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan merasa terdorong untuk menyampaikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Teori ini didasarkan pada konsep informasi asimetri, di mana perusahaan memiliki lebih banyak informasi tentang kinerja dan prospek masa depannya dibandingkan dengan pihak luar seperti investor dan kreditor. (Brian L at al (2011)). Untuk mengurangi asimetri informasi, perusahaan dapat memberikan sinyal yang dapat diandalkan kepada pihak luar. Sinyal ini biasanya berupa informasi keuangan yang transparan dan akurat, yang dapat membantu mengurangi ketidakpastian tentang prospek masa depan Perusahaan. Menurut teori sinyal, informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sangat penting bagi keputusan investasi, karena informasi tersebut berfungsi sebagai sinyal bagi investor tentang kinerja dan potensi masa depan perusahaan (Saragih dkk., 2023).

Informasi asimetri terjadi ketika satu pihak, seperti manajemen perusahaan, memiliki lebih banyak atau lebih baik informasi tentang perusahaan dibandingkan dengan pihak lain, seperti investor. Ketidakseimbangan ini dapat mengakibatkan keputusan investasi yang tidak optimal jika informasi yang relevan tidak disampaikan secara efektif. Manajemen akan memberikan sinyal yang relevan dan akurat, seperti laporan keuangan tahunan, yang mencerminkan kinerja dan kondisi perusahaan. Sinyal ini diharapkan dapat membantu calon investor dalam membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan informasi yang diberikan. Informasi tersebut

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

Teori sinyal berhubungan erat dengan nilai perusahaan. Jika perusahaan gagal memberikan sinyal yang akurat tentang nilainya, maka persepsi pasar terhadap nilai perusahaan bisa menjadi tidak sesuai dengan nilai sebenarnya, yang bisa lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai sesungguhnya. dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya (Handoko, 2021). Pada penelitian ini sinyal yang digunakan adalah ukuran perusahaan. 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, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada para investor sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Menurut Dewi dan Sujana (2019), nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap harga saham perusahaan, yang mencerminkan bagaimana investor menilai kinerja dan prospek masa depan perusahaan tersebut. Perusahaan dianggap bernilai tinggi jika memiliki kinerja yang baik, yang biasanya tercermin dari tingginya harga saham. Harga saham yang tinggi menandakan bahwa investor memiliki ekspektasi positif terhadap masa depan perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi adalah tujuan utama pemilik perusahaan, karena mencerminkan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang optimal. Investor juga cenderung lebih tertarik untuk menginvestasikan sahamnya pada perusahaan yang berkinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga menunjukkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaan perusahaan. Hal ini juga terlihat pada hasil pengukuran indikator keuangan yang diperoleh perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan ditunjukkan dengan kenaikan harga saham di pasar. Dalam persaingan global yang semakin ketat, perusahaan berlomba-lomba meningkatkan daya saingnya di berbagai sektor untuk menarik investor berinvestasi (Nathanael & Panggabean, 2021). Salah satu cara untuk menumbuhkan keuntungan perusahaan adalah dengan mengukur nilainya. Baik buruknya nilai suatu perusahaan memengaruhi nilai pasar perusahaan dan memengaruhi keputusan investasi para investor untuk menanamkan modalnya atau menolak menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan, yang dapat memengaruhi bagaimana investor memandang perusahaan (Farizki et al., 2021).

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 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.

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \text{Harga Saham} / \text{Nilai Buku}$$

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.

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \text{Harga Saham} / \text{Pendapatan Saham}$$

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 (mdhonah et al., 2019).

$$Q = (MVS + MVD) / RVA$$

Dengan:

- Q = Nilai perusahaan

- MVS = Nilai pasar seluruh saham yang beredar, nilai pasar seluruh saham ekuitas
- MVD = Nilai pasar semua utang; MVD ditentukan oleh (*Liabilities – Assets + Long term debt*).
- RVA = Nilai penggantian aset

3. Profitabilitas

Menurut Sinaga et al., (2021) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang memadai dari kegiatan operasionalnya, menunjukkan efisiensi dan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi dan kinerja keuangan yang kuat, yang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan. (Wardhani et al., 2021). Perusahaan dapat secara efektif dan ekonomis menggunakan aset mereka untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan meningkatkan nilai bisnis. Artinya return yang stabil suatu perusahaan dari tahun ke tahun akan mendorong investor agar menumbuhkan modalnya di perusahaan tersebut. Perusahaan mengalami keuntungan tinggi, mencerminkan perkembangan perusahaan dan memiliki pandangan yang baik untuk masa depan. Hal ini juga bertambahnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan. Saham perusahaan dengan kinerja yang baik akan menambah harga sahamnya. Untuk membuat investor memiliki keyakinan lebih aman saat berinvestasi di saham ini (Wardhani et al., 2021).

Meningkatkan efisiensi usaha dapat membuat nilai perusahaan juga meningkat. Peningkatan keuntungan akan meningkatkan dividen yang dibayarkan, sehingga investor akan membawa nilai lebih bagi bisnis. Semakin

tinggi laba suatu perusahaan, maka semakin besar pula pendapatan yang dapat dibagikan kepada para pemegang sahamnya dan dengan demikian semakin tinggi pula nilai yang diharapkan dari perusahaan tersebut (Ramdhonah et al., 2019).

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).

Secara umum rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti (Menurut Kasmir,2019)

a. *Profit Margin*

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

$$\text{Profit Margin} = \text{Laba Bersih}$$

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 dimasalalu yang kemudian diproyeksikan dimasa yang akan datang.

$$\text{ROA} = \text{Net Income} / \text{Total Assets}$$

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.

$$\text{ROE} = \text{Net Income} / \text{Total Equity}$$

d. *Return on Investment (ROI)*

Return on investment 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.

$$ROI = ((\text{return on investment} - \text{initial investment}) / \text{investment}) \times 100\%$$

e. *Earning Per Share (EPS)*

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

$$EPS = \text{net income} - \text{common shares}$$

4. Leverage

Menurut Kadim & Sunardi, (2019) leverage adalah keseimbangan antara penggunaan ekuitas dan penggunaan utang, yaitu jumlah ekuitas dan jumlah utang yang akan digunakan yang dapat diperhitungkan ketika merumuskan kebijakan utang. Leverage yang baik adalah semakin rendah nilai DER maka semakin baik keamanan keuangan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Nathanael & Panggabean, (2021) leverage adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar atau menutupi beban bunga di masa yang akan datang.

Dalam lingkungan bisnis yang menguntungkan, penggunaan leverage sebagai modal kerja dapat mempercepat perkembangan suatu perusahaan jika dapat 10 mengoptimalkan usahanya untuk mencapai laba yang diharapkan. Prospek bisnis yang baik untuk masa depan yang di akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan (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.

5. Ukuran Perusahaan

Menurut Sinaga et al., (2021) ukuran perusahaan adalah ukuran perusahaan dan dapat ditemukan dalam total aset perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat menentukan kemudahan pembiayaan di pasar modal (Wardhani et al., 2021). Ukuran

suatu perusahaan merupakan salah satu indikator kesehatan keuangan sebuah perusahaan. Perusahaan besar memiliki akses yang lebih besar ke pasar karena fleksibilitas mereka, kemampuan untuk mengamankan sumber pendanaan yang besar, dan aset yang besar. Aset yang dimiliki perusahaan dimanfaatkan secara optimal oleh manajer, memaksimalkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan telah menggunakan dan memiliki dana yang relatif buat mengembangkan perusahaan agar bisa memengaruhi investor agar menumbuhkan modalnya. Perusahaan besar cenderung mempunyai permintaan publik yang lebih tinggi akan informasi daripada bisnis kecil. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin tinggi nilai 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

asset 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 sistem pengendalian internal yang lebih baik dalam kegiatan operasinya dibandingkan perusahaan kecil (Ulhaq, 2021).

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan pengaruh Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan (Perusahaan Sektor *Consumer Cyclical*). Penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	penulis,tahun,judul	variabel independen	variabel dependen	hasil
1.	Purwaningtyas & Abbas, (2021) pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.	profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen	nilai perusahaan	leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2.	Wardhani et al., (2021) pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan	profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>good corporate governance</i>	nilai perusahaan	penelitian bukti empiris menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan.

3.	Nathanael & Panggabean, (2021) pengaruh profitabilitas, leverage, dan <i>growth opportunity</i> terhadap nilai perusahaan.	profitabilitas, leverage, dan <i>growth opportunity</i>	nilai perusahaan	profitabilitas, leverage, <i>Growth Opportunity</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4.	Siagian & Surbakti, (2021) pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan	likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage	nilai perusahaan	menunjukkan likuiditas, profitabilitas, dan leverage secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5.	Farizki et al., (2021) pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan.	profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset	nilai perusahaan	likuiditas dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6.	Sinaga et al., (2021) pengaruh likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.	likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen	nilai perusahaan	likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7.	Priyatama & Pratini, (2021) pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan	nilai perusahaan	profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8.	Rahmadani dkk., (2022) Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas	nilai perusahaan	Struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

9.	Mercyana, (2022) Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas	nilai perusahaan	Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
----	---	--	------------------	---

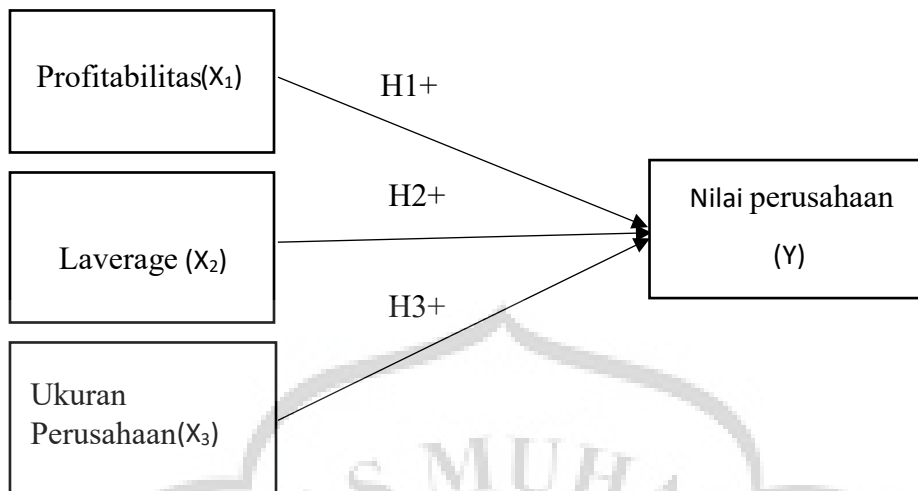
C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor *Consumer cyclical* Tahun 2020-2023). 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 profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen perusahaan mengelola sumber daya perusahaan dengan baik sehingga dapat mencapai pendapatan yang tinggi dan akan membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik. (Fajaria&Isnalita, 2018).

Ukuran perusahaan juga mempengaruhi nilai sebuah perusahaan, dengan semakin besarnya ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersumber dari internal maupun eksternal. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat diukur melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva Perusahaan (Suwardika&Mustanda,2017)

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

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.

Menurut Siagian & Surbakti, (2021) laba yang lebih tinggi bagi suatu perusahaan merupakan tanda bagi investor bahwa perusahaan tersebut memiliki jangka waktu dan prospek yang baik di masa depan. Hal ini akan menarik investor untuk menanamkan modalnya. Permintaan yang tinggi akan saham tersebut akan menaikkan harga saham tersebut. Harga saham yang tinggi berarti memengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dapat menunjukkan prospek usaha yang baik bagi investor, karena investor akan tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas yang baik, sehingga berdampak pada peningkatan permintaan saham. Kuatnya permintaan investor terhadap saham perseroan telah mendongkrak harga saham perseroan. Tinggi rendahnya harga saham akan memengaruhi nilai perusahaan (Priyatama & Pratini, 2021). Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Priyatama & Pratini, (2021), Purwaningtyas & Abbas, (2021), Wardhani et al., (2021) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen leverage sangat penting karena jika Perusahaan memutuskan untuk menggunakan utang yang tinggi, dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi pajak penghasilan perusahaan. Leverage juga dapat digunakan sebagai alat yang banyak digunakan untuk bisnis untuk meningkatkan modal untuk meningkatkan keuntungan. Menggunakan terlalu banyak utang tidak realistis karena ada ketakutan bahwa keuntungan perusahaan akan berkurang. Artinya nilai leverage yang lebih tinggi menunjukkan investasi

berisiko lebih besar, sedangkan leverage yang lebih rendah berarti investasi berisiko lebih kecil (Dewantari et al., 2019).

Leverage dapat menambah nilai perusahaan karena memberikan keringanan pajak kepada perusahaan dengan terlebih dahulu mengurangi bunga yang dibebankan atas penggunaan utang dalam perhitungan pajak (Siagian & Surbakti 2021). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Purwaningtyas & Abbas, 2021) dan (Siagian & Surbakti, 2021) yang menunjukkan hasil bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis dapat disimpulkan, bahwa:

H2: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan adalah salah satu indikator kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik ke pasar karena fleksibilitas mereka, sumber pendanaan yang besar dan kemampuan mereka untuk mengamankan aset besar. Aset perusahaan dimanfaatkan secara optimal oleh manajer dan nilai perusahaan dimaksimalkan. Oleh karena itu, perusahaan telah menggunakan dan memiliki dana yang cukup untuk menumbuhkan perusahaan untuk memikat investor dan menginvestasikan modal. Perusahaan besar cenderung memiliki permintaan publik yang lebih tinggi akan informasi daripada bisnis kecil. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan (Wardhani et al., 2021).

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.

Penelitian yang dilakukan oleh Farizki et al., (2021), Purwaningtyas & Abbas, (2021), Wardhani et al., (2021) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dari penjelasan di atas dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan