

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973 yang menjelaskan mengenai bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada para pengguna laporan keuangan. *Signaling theory* menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka sinyal harus dapat ditangkap pasar dan dapat dipersepsikan dengan baik serta mudah ditiru oleh perusahaan yang kualitasnya rendah (Dewangga, 2015). Selain itu, sinyal yang diberikan dapat juga dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti keuangan, gambaran keadaan perusahaan, serta laporan keuangan yaitu mengenai laporan apa yang sudah dilakukan manajemen perusahaan untuk merealisasikan keinginan pemiliknya (Yadnyana, 2018).

Teori sinyal melibatkan dua pihak, yaitu pihak dalam dan pihak luar. Dalam teori ini, manajemen disebut sebagai pihak dalam karena berperan sebagai pihak yang mengirimkan sinyal, sedangkan investor berperan sebagai penerima sinyal tersebut (Spence, 1973). Teori ini diangkat sebagai grand theory dalam penelitian karena nilai perusahaan erat kaitannya dengan teori sinyal, jika perusahaan mengalami kegagalan atau

tidak dapat menyampaikan sinyal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya (Rahma & Lastanti, 2023).

## 2. Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan (*agency theory*) dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) dijelaskan bahwa pada sebuah perusahaan terdapat dua pihak yang saling berinteraksi .Pihak-pihak tersebut adalah pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajer perusahaan. Pemegang saham tersebut sebagai principal sedangkan manajer orang yang diberi kewenangan oleh pemegang saham untuk menjelaskan perusahaan yang disebut agen (Sari, D. T. Titisari, H. K, Nurlaela, 2020).

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pemegang saham dengan manajemen. Hubungan teori keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu orang ditunjuk sebagai agen dan diperintahkan oleh satu orang atau lebih untuk melakukan jasa atau nama principal (Jeconiah & Hastuti, 2020). Hal ini diperlukan untuk memantau dan memeriksa kinerja manajemen, sehingga tidak ada manajemen yang hanya mencari keuntungan pribadi dan melepas tanggung jawab untuk kesejahteraan pemilik perusahaan. Teori keagenan digunakan untuk menganalisis dan mencari solusi terhadap permasalahan yang timbul dalam hubungan keagenan antara pemegang saham dan manajemen. Konflik antara pemegang saham dan manajemen dapat

diselesaikan dengan menyelesaikan kepentingan kedua belah pihak (Sonjaya, L. M., Dayanti, S., & Imelda, 2021).

### **3. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah penilaian yang diberikan investor untuk keberhasilan perusahaan dan kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham dipasar. Nilai perusahaan dapat bergantung pada nilai saham yang beredar di Bursa Efek Indonesia, apabila harga saham semakin tinggi pada suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Zahra Ramdhonah , Ikin Solikin, 2019).

Semakin besar nilai perusahaan semakin dapat ditunjukkan kepada publik ketika harga saham perusahaan dinilai lebih tinggi dari nilai bukunya, sehingga ketika nilai perusahaan meningkat berarti publik menilai kinerja dan kinerja perusahaan tersebut memiliki nilai yang baik, yang dapat diperoleh melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham untuk mencapai tujuan (Sofiantin, D, 2020).

### **4. Profitabilitas**

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memperoleh modal dari investor dan kreditur (Dewi, Dermawan, & Susanti, 2017). Semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya. Dengan tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan yang tinggi, perusahaan dapat dengan mudah menarik investor untuk berinvestasi dalam kerjasama dengan perusahaan. Suatu perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan memaksimalkan seluruh aset

yang dimiliki, untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dengan modal dan dana yang digunakan perusahaan dalam kegiatan usahanya.

## **5. Likuiditas**

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih (Munawir, 2001). Likuiditas akan mempengaruhi besar kecilnya dividen yang dibayarkan kepada para pemegang saham. Dividen merupakan arus kas keluar, maka semakin besar jumlah kas yang tersedia maka dianggap baiknya likuiditas perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar dividen (Harjito & Martono, 2007).

Tingkat likuiditas yang tinggi memperkecil kegagalan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek kepada kreditur dan berlaku pula sebaliknya. Tinggi rendahnya rasio ini akan mempengaruhi minat investor untuk menginvestasikan dananya. Semakin besar rasio ini maka efisien perusahaan dalam mendayagunakan aktiva lancar perusahaan (Munawir, 2001).

## **6. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan

mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Sujoko & Soebiantoro, 2007).

Variabel ini sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar akan lebih mudah mendapatkan investor, karena investor akan lebih percaya untuk menanamkan dananya pada perusahaan besar, karena investor akan memperoleh tingkat keuntungan yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menghitung logaritma natural total asset perusahaan tersebut.

## 7. Leverage

Leverage menjadi salah satu cara dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai asset perusahaan (Kasmir, 2019). Aset serta sumber pendanaan yang dapat menimbulkan adanya beban atau biaya bunga dari aktivitas operasional pada perusahaan menjadi penyebab terjadinya *leverage*. Porsi hutang yang lebih kecil dibandingkan modal sendiri dianggap memiliki motivasi lebih dalam menjalankan kinerja keuangan perusahaannya dengan baik dan perusahaan memiliki semangat dalam meningkatkan laba atau keuntungannya.

Menurut Kasmir (2019), *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan salah satu proksi *leverage* yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. DER dapat menggambarkan kecukupan ekuitas dalam menjamin keseluruhan hutang yang dimiliki perusahaan, (Santoso & Junaeni, 2022).

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dikerjakan memakai penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh penelitian-penelitian sebagai acuan. Penelitian terdahulu akan mempunyai manfaat jika judul penelitian yang dipakai untuk bahan pertimbangan apakah terdapat hubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan Berikut penelitian terdahulu yang bertautan dengan penelitian ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ni Komang Budi Astuti dan I Putu Yadnya (2019)	Variabel X = Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Variabel Y = Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Deviden	-Profitabilitas dan Kebijakan Deviden berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan -Likuiditas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
2.	Ni Luh Putu Widyantari dan I Putu Yadnya (2017)	Variabel X = Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Struktur modal berpengaruh negative signifikan terhadap Nilai Perusahaan -Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan -Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3.	I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Damayanti (2019)	Variabel X = Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan -Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan -Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan -Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai

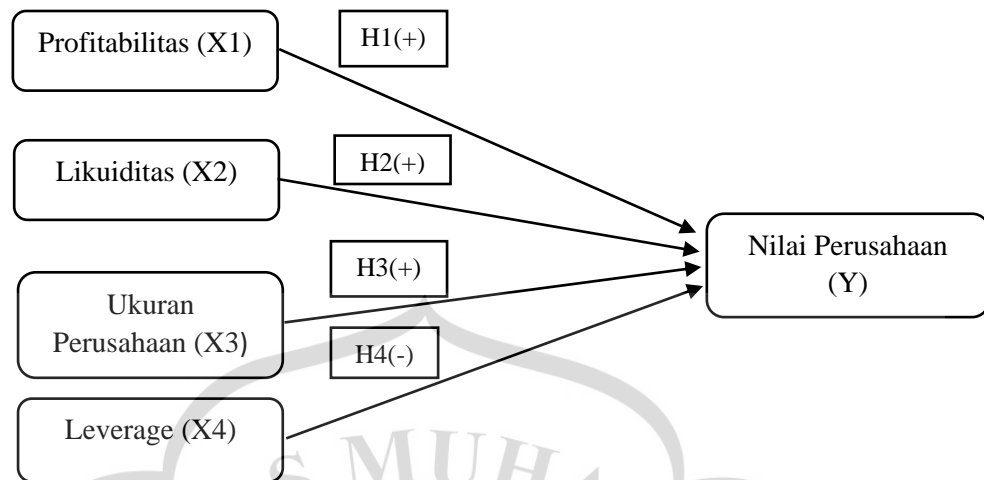
No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
			Perusahaan
4.	M.Fahriyal, Erlinda, dan Khaira Amalia (2018)	Variabel X = Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas Variabel Y = Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan -Likuiditas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan
5.	D.V. Kolamban, Murni, dan Baramuli (2020)	Variabel X = Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Leverage berpengaruh signifikan negatif terhadap Nilai Perusahaan, - Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan - Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
6.	Batten dan Vo (2019)	Variabel X = Likuiditas Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Likuiditas berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan
7.	Ramdhonah (2019)	Variabel X = Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan -Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan
8.	Chasanah (2018)	Variabel X = Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
9.	Suryana dan Rahayu (2018)	Variabel X = Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Variabel Y = Nilai Perusahaan	-Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan -Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
			Nilai Perusahaan -Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan
10.	Jayaningrat dkk (2017)	Variabel X = Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Deviden, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional Variabel Y = Nilai Perusahaan	- Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Deviden, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### C. Kerangka Pemikiran Dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *leverage* sebagai variabel independent dan nilai perusahaan dipakai sebagai variabel dependen.

Berdasarkan rumusan masalah dan teori yang ada maka penelitian ini dapat digambarkan kedalam skema kerangka pemikiran teoritis yang dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

#### **D. Pengembangan Hipotesis**

##### **1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Laba merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Sesuai dengan *Signalling Theory* yang memiliki hubungan dengan profitabilitas, karena profitabilitas yang tinggi dapat menunjukkan prospek perusahaan yang bagus, sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin menarik minat investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut. Selain itu juga dengan adanya pertumbuhan profitabilitas akan menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang

diperoleh perusahaan dan dapat berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Teori sinyal yang merupakan tindakan manajemen dari suatu perusahaan untuk memberikan informasi yang sama terhadap investor memiliki hubungan dengan profitabilitas yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh oleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui prospek kedepannya mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya. Semakin tinggi profitabilitas yang didapat, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan, karena laba yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik dan akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat ((Apriantini et al., 2022).

Penelitian tersebut telah dibuktikan oleh Dewantari dkk (2020) dan Ramadhonah (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Qomariyah (2021), Wibowo (2021), serta Anggraeni dan Sulhan (2020) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas dapat ditarik suatu hipotesis.

**H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**

## 2. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel likuiditas adalah rasio yang digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek yang telah jatuh tempo. Likuiditas digunakan oleh investor sebagai salah satu komponen dalam menilai masa depan perusahaan. Likuiditas menunjukkan usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam memperoleh kas (Septriana and Mahaeswari 2019). Current ratio digunakan untuk mencari nilai likuiditas tersebut. *Current ratio* (CR) dihasilkan dengan membandingkan nilai aktiva lancar dengan kewajiban lancar perusahaan Kasmir (2010). Semakin tinggi nilai CR berarti semakin baik kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya. Semakin baik kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya berarti semakin kecil risiko likuiditas yang dialami perusahaan dengan kata lain semakin kecil resiko yang harus ditanggung oleh pemegang saham perusahaan (Permana dan Rahyuda, 2019).

### H2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

## 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan *teori agensi*, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Putri *et al*, 2016). Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya perusahaan dilihat dari total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan

operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik aset-asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustin (2021), Wibowo (2021), serta Simanungkalit dan Silalahi (2018) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

**H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

#### **4. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

*Leverage* adalah alat untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan operasionalnya. Perusahaan yang tidak solvable adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. Semakin tinggi rasio leveragemenunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Hal ini sesuai dengan *Agency Theory*, karena dimana pihak manajemen perusahaan ingin mendapatkan dana sebanyak-banyaknya untuk menjalankan kegiatan perusahaan salah satunya melalui utang, sedangkan para pemegang saham tidak menyukai keputusan manajemen untuk memperoleh dana melalui utang, karena tingkat utang yang tinggi akan berpengaruh terhadap laba sehingga nilai perusahaan akan turun dan kemakmuran para pemegang saham

juga ikut menurun. Kelebihan utang yang besar akan memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan, yang akan menimbulkan *financial distress* sehingga nilai perusahaan akan menurun (Matondang & Yustrianthe, 2016)

*Leverage* yang tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utangnya dengan aset yang dimilikinya. Perusahaan yang memiliki rasio utang yang lebih besar akan membagikan dividen lebih kecil karena laba yang diperoleh digunakan untuk melunasi kewajiban, hal tersebut akan membuat nilai perusahaan di mata investor juga menurun (Indrayani et al., 2021). Hasil penelitian dari Endiana (2017) dan Anugerah (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H5 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.**