

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Teori Sinyal (*Signalling Theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973), menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori sinyal ini menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap perkembangan di masa yang akan datang, dimana itu akan memengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan (Brigham & Houston, 2011).

Teori Sinyal (*Signaling Theory*) pada penelitian ini adalah teori yang membahas tentang membahas naik turunnya harga di pasar, sehingga akan memberikan pengaruh kepada keputusan investor dalam menanamkan investasinya. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik (Fahmi, 2015). Teori sinyal ini menekankan pada pentingnya sebuah informasi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan pada keputusan investasi pihak yang berada diluar perusahaan. Teori sinyal membahas tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal pada laporan keuangan, sinyal ini dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk pemilik (Jama'an, 2011). Manajemen perusahaan perlu memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan, informasi yang diterima

oleh investor terlebih dahulu akan diterjemahkan sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*) (Salman et al., 2020).

Menurut Jama'an (2008) *Signaling Theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Hubungan teori sinyal (*signalling theory*) dengan variabel dalam penelitian ini adalah dengan adanya teori sinyal maka memudahkan investor dalam menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut. Karna dengan adanya teori ini investor dapat menilai perusahaan mana yang akan diberi investasi dan meminimalisir resiko keuangan.

Teori sinyal ini berlaku pada variabel struktur modal adalah semakin banyak perusahaan menggunakan modal sendiri menunjukan sinyal positif pada perusahaan tersebut karna perusahaan tersebut minim resiko keuangan. Kemudian untuk Likuiditas semakin tinggi likuiditas suatu perusahaan menunjukan bahwa perusahaan itu memberikan sinyal positif juga, dikarenakan apabila likuiditas perusahaan tinggi menunjukan perusahaan tersebut dapat melunasi hutang jangka pendeknya. Terakhir yaitu ukuran perusahaan, apabila perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang besar akan membuat investor lebih percaya.

## **2.2 Tinjauan Pustaka**

### **2.2.1 Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat kepada perusahaan setelah melalui sebuah proses kegiatan selama beberapa tahun, yakni sejak perusahaan didirikan sampai saat ini (Palupi & Hendiarto, 2018). Nilai perusahaan adalah tujuan bagi manajemen perusahaan karena dapat dinilai penting untuk investor sebelum melakukan investasi, oleh karena itu manajemen dituntut untuk memperoleh laba atau keuntungan maksimal serta memakmurkan perusahaan dan pemilik perusahaan (Suhartadi & Suhermin, 2018).

Nilai perusahaan yang baik adalah tujuan dari setiap perusahaan karena jika perusahaan memiliki nilai yang tinggi maka akan menarik minat investor untuk berinvestasi (Martha et al., 2018). Nilai pasar saham perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Nilai pasar adalah nilai perusahaan yang dicerminkan dari harga saham perusahaan di pasar yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan yang berasal dari kreditur, investor, dan stakeholder lain (Hermastuti & Hermanto, 2014).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Memaksimalkan nilai suatu perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena

dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan (Permana & Rahyuda, 2018).

### **2.2.2 Struktur Modal**

Struktur Modal adalah perbandingan antara hutang jangka panjang dan modal (Brigham & Houston, 2011). Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan mempengaruhi risiko yang diambil pemegang saham dan tingkat pengembalian yang diharapkan (Itsaini & Bernando, 2020). Struktur modal merupakan proporsi pendanaan dan hutang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pengembangan usaha yang besar akan membutuhkan dana yang besar juga, maka dari itu dibutuhkan tambahan dari pihak eksternal sebagai upaya untuk menambahkan dana dalam proses pengembangan proses usaha tersebut (Dhani & Utama, 2017).

Struktur Modal yang optimal merupakan kombinasi antara hutang dengan ekuitas yang nantinya akan memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam praktiknya untuk mendapatkan perusahaan yang optimal sangatlah sulit, namun apabila manajemen perusahaan memiliki sasaran yang spesifik, yang apabila sasaran tersebut dapat tercapai maka dapat diasumsikan struktur modal perusahaan tersebut sudah optimal (Kanita, 2014). Struktur modal biasa diproyeksikan menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*, DER adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh peminjam dan pemilik perusahaan. Bagi sebuah perusahaan semakin tinggi rasio ini maka semakin baik, begitupun sebaliknya semakin rendah rasio ini maka semakin tinggi tingkat pendaan yang disediakan

pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam apabila terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan (Oktrima, 2017).

### **2.2.3 Likuiditas**

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara kas beserta aktiva perusahaan lainnya yang bersifat lancar dengan kewajiban lancar yang dimiliki perusahaan (Brigham & Houston, 2010) . Likuiditas adalah kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi utang jangka pendeknya pada waktu yang tepat. Perusahaan yang likuid biasanya akan dipercaya investor karena dianggap memiliki kinerja perusahaan baik. Karna perusahaan yang memiliki dana likuiditas yang tinggi biasanya memiliki dana internal yang besar, sehingga perusahaan dapat menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk investasinya sebelum menggunakan dana eksternal yang besar (Putra & Lestari, 2016).

Likuiditas biasa diproyeksikan menggunakan *current ratio (CR)* yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar atau investor terhadap perusahaan tersebut (Prastuti & Sudiarta, 2016) . Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi belum tentu perusahaan tersebut dapat membayarkan deviden kepada para pemegang sahamnya, karna perusahaan tersebut tidak memiliki dana untuk

membayar deviden. Perusahaan yang mampu membayar kewajiban finansialnya secara tepat waktu merupakan perusahaan yang dalam keadaan likuid dan perusahaan tersebut memiliki alat pembayaran ataupun aktiva yang lebih besar dari utang lancarnya (Thaib & Dewantoro, 2017).

#### **2.2.4 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan meliputi besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat diperlihatkan dari asset perusahaan, penjualan maupun total aset perusahaan. Semakin besar total asset suatu perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang sudah sampai pada tahap kedewasaannya memiliki arus kas yang positif dan diperkirakan akan memiliki aspek yang menguntungkan dalam kurun waktu yang relatif lama (Suwardika & Mustanda, 2017).

Suatu perusahaan yang memiliki ukuran yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mengalami perkembangan sehingga investor akan memberikan respon yang positif yang dapat membuat perusahaan tersebut meningkat dan berkembang. Perusahaan yang sudah berukuran besar biasanya memiliki basis kepentingan yang lebih luas yang akan berdampak pada berbagai kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan publik (Yanti & Darmayanti, 2020). Ukuran perusahaan yang besar akan membuat perusahaan tersebut lebih stabil jika dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi, sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi (Ambarwati, 2021).

Ukuran Perusahaan dapat dihitung dengan cara mengubah struktur total aktiva perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural (Ln). logaritma natural (Ln) sendiri bertujuan untuk meminimalisir data yang berfluktuasi secara berlebihan. Ukuran Perusahaan yang menggunakan penilaian Logaritma natural dari total aset yang dimiliki perusahaan karena nilai total asset umumnya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat dan mengambil keputusan investasi (Ekadjaja & Dewi, 2021).

#### **2.2.5 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan laba bagi perusahaan (Kasmir, 2012). Profitabilitas adalah hasil dari sejumlah kebijakan dan juga keputusan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaannya dalam mencari keuntungan (Sutama & Lisa, 2018). Semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan atau laba maka semakin besar pula tingkat pembayaran deviden yang akan dibagikan pada pemegang saham (Imam et al., 2021).

Rasio Profitabilitas yaitu rasio yang dipakai guna menilai kecakapan perusahaan dalam memperoleh margin. Selain itu rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen yang digambarkan dari margin yang diperoleh dari penjualan ataupun pendapatan investasi (Kasmir, 2013). Rasio profitabilitas bisa sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja

manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan. Rasio Profitabilitas dapat proksikan menggunakan *return on assets (ROA)* yang merupakan sebuah indikator pengukuran yang berasal dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan ataupun pemegang saham atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan, maka jika semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin baik pula bagi pemegang saham perusahaan (Sambora et al., 2014). Rasio *return on assets (ROA)* adalah rasio yang mampu menggambarkan perusahaan untuk mencari sehingga membuat para investor mengetahui informasi tentang manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaannya (Iman et al., 2021).

### 2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang nilai perusahaan banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat mendukung teori yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini akan menjelaskan mengenai Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Yusuf, M.A., Mardani, R.M., & Dianawati, E (2021)	X1 : Struktur Modal X2 : Pertumbuhan Perusahaan Y : Nilai	1. X1 secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas 2. X1 dan Z secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai



No.	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
		Perusahaan Z : Profitabilitas	perusahaan. 3. Profitabilitas mampu mengintervensi struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan
2.	Maptuha, M., Hanifah, I.A., & Ismawati, I (2021)	X1: Struktur Modal X2 : Likuiditas X3: Arus Kas Bebas  Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	1. X1, X2, dan X3 berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. 2. X1, X3, dan Z berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. X2 berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh antara struktur modal terhadap nilai perusahaan. 5. Profitabilitas (ROE) tidak signifikan dalam memediasi pengaruh antara likuiditas (CR) terhadap nilai perusahaan.
3.	Febriani, R (2020)	X1 : Likuiditas X2 : Leverage  Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	1. X1, dan X2 memiliki pengaruh negative terhadap nilai perusahaan. 2. X1 tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	Yunarsi (2020)	X1 : Struktur Modal  X2 : kebijakan Deviden  Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	1. X1 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. 2. X1 dan X2 berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas tidak memiliki peran yang signifikan dalam memediasi pengaruh struktur

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
			modal dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.
5.	Puspitasari, D.P (2020)	X1 : Modal Intelektual X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Struktur Modal Y: Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>2. X3 berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.</li> <li>3. X2 dan Z memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. X3 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>5. Profitabilitas tidak dapat memediasi antara X2 dengan nilai perusahaan</li> <li>6. Profitabilitas tidak dapat memediasi antara X3 dengan nilai perusahaan</li> </ol>
6.	Amelia, F., & Anhar, M (2019)	X1 : Sruktur Modal X2 : Pertumbuhan Perusahaan Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X1 berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. X1 berpengaruh positif dan signifikan berlawanan arah terhadap Profitabilitas</li> <li>3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>4. Profitabilitas tidak mampu memediasi antara struktur modal dengan nilai perusahaan.</li> </ol>
7.	Muliana., & Ikhsani, K (2019)	X1 : Struktur Modal X2 : Pertumbuhan Perusahaan X3 : Ukuran Perusahaan Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X1, X2, X3 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROE).</li> <li>2. X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).</li> <li>3. X2 dan X3 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).</li> <li>4. Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).</li> </ol>

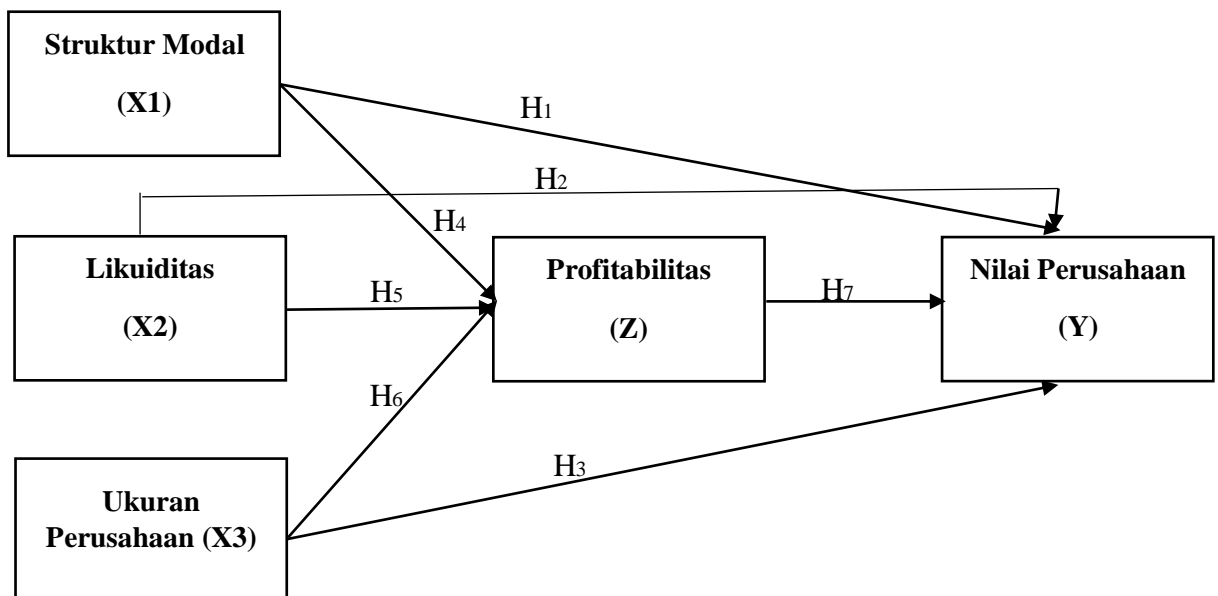
No.	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
8.	Dewi, N.P.I.K., & Abudanti, (2019)	X1 : Leverage X2 : Ukuran Perusahaan Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X2 berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.</li> <li>2. X1, X2, dan Z berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
9.	Ardiana, E., & Chabacib, M (2018)	X1 : Struktur Modal X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Likuiditas Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X1 berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas.</li> <li>2. X2 dan X3 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas.</li> <li>3. X1, X2, X3 berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Variabel Profitabilitas yang diproyeksikan ROE tidak mampu memediasi X1 terhadap nilai perusahaan.</li> <li>5. Variabel Profitabilitas yang diproyeksikan ROE mampu memediasi X2 terhadap nilai perusahaan.</li> <li>6. Variabel Profitabilitas yang diproyeksikan ROE mampu memediasi X3 terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
10.	Meliana., & Khasanah, M (2018)	X1 : Struktur Modal X2 : Kebijakan Dividen Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. X1 berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Profitabilitas sebagai variabel intervening mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
			5. Profitabilitas sebagai variabel intervening tidak mampu memediasipengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

## 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran menunjukkan pengaruh variabel independent terhadap dependen. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:

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



## **2.5 Perumusah Hipotesis**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan dan kemudian dikaitkan dengan teori – teori yang sudah ada maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

### **2.5.1 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai perusahaan**

Struktur modal merupakan proporsi pendanaan dan hutang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pengembangan usaha yang besar akan membutuhkan dana yang besar juga, maka dari itu dibutuhkan tambahan dari pihak eksternal sebagai upaya untuk menambahkan dana dalam proses pengembangan proses usaha tersebut (Dhani & Utama, 2017). Struktur modal memiliki tujuan untuk memasukan sumber dana yang permanen yang nantinya akan digunakan perusahaan dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan, bagi suatu perusahaan itu sangat penting untuk memperkuat kestabilan keuangan yang dimiliki perusahaan (Amelia & Anhar, 2019). Upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan struktur modal adalah menciptakan komposisi ukuran hutang dengan modal usaha yang paling tepat dan yang paling menguntungkan dari segi keuangan (Puspitasari & Suryono, 2019). Karena semakin banyak perusahaan dalam menggunakan dana dari luar, maka secara otomatis beban yang dimiliki oleh perusahaan akan semakin besar, sehingga berdampak pada meningkatnya resiko terhadap perusahaan tersebut (Brigham & Houston, 2010).

Pernyataan ini didukung oleh penelitian Hamidy (2015), Yusuf (2018), dan Yunarsi (2020) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak perusahaan yang menggunakan modal sendiri dan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaannya maka dapat diartikan sebagai *goodnews* oleh investor karena menandakan perusahaan tersebut berjalan dengan baik sehingga perusahaan tersebut berani untuk mengambil hutang yang besar.

H<sub>1</sub> : Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **2.5.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan**

Likuiditas adalah kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi utang jangka pendeknya pada waktu yang tepat. Perusahaan yang likuid biasanya akan dipercaya investor karena dianggap memiliki kinerja perusahaan baik. Karna perusahaan yang memiliki dana likuiditas yang tinggi biasanya memiliki dana internal yang besar, sehingga perusahaan dapat menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk investasinya sebelum menggunakan dana eksternal yang besar (Putra & Lestari, 2016).

Likuiditas biasa diproyeksikan menggunakan *current ratio (CR)* yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar atau investor terhadap perusahaan tersebut (Prastuti & Sudiartha, 2016).

Tingginya likuiditas mengindikasikan bahwa semakin kecil risiko yang akan ditanggung atas kemungkinan kegagalan perusahaan membayar kewajiban jangka pendeknya. Sesuai dengan *signaling theory*, kemampuan perusahaan

tersebut akan direspon positif oleh pasar (Ardiana & Chabachib, 2018). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi akan mendapatkan kepercayaan investor karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki stabilitas dan kinerja yang baik sehingga mendorong investor untuk menginvestasikan dananya sehingga banyak permintaan saham perusahaan akan menaikkan harga sahamnya (Nurhayati, 2013).

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Putra (2016), Zuliyanti (2021), dan Yudha (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki memenuhi utang jangka pendeknya menunjukkan bahwa rasio likuiditasnya dapat berfungsi dengan baik dan dapat memenuhi kewajibannya baik terhadap pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.

H<sub>2</sub> : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **2.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan meliputi besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat diperlihatkan dari asset perusahaan, penjualan maupun total aset perusahaan. Semakin besar total asset suatu perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang sudah sampai pada tahap kedewasaannya memiliki arus kas yang positif dan diperkirakan akan memiliki aspek yang menguntungkan dalam kurun waktu yang relative lama (Suwardika & Mustanda, 2017).

Ukuran perusahaan yang besar akan membuat perusahaan tersebut lebih stabil jika dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar

memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi, sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi (Ambarwati, 2021). Semakin besar ukuran perusahaan maka memberikan sinyal yang baik pada banyak investor yang menaruh perhatian terhadap perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal (Suardana et al., 2020).

Pernyataan ini di dukung oleh penelitian Erna (2018), Dewi (2019), Maptuha (2021), dan menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba, mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan.

H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **2.5.4 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening**

Peningkatan hutang di perusahaan dapat meningkatkan pendapatan bersih atau laba dari perusahaan yang nantinya akan berdampak pada naiknya profitabilitas perusahaan. Tingginya profitabilitas di perusahaan akan menjadi sinyal yang baik bagi calon investor dan juga pemegang saham, sehingga nantinya akan memicu ketertarikan calon investor yang akan meningkatkan permintaan saham perusahaan tersebut (Suryanti et al., 2021).



Pernyataan ini di dukung oleh penelitian Ayuningrum (2017), dan Maptuha (2021) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memediasi hubungan antara struktur modal dan nilai perusahaan. Perusahaan yang semakin besar penggunaan utang dalam struktur modal maka semakin besar meningkat pengembalian terhadap ekuitas dalam profitabilitas suatu perusahaan.

H<sub>4</sub>: Profitabilitas dapat memediasi hubungan antara struktur modal dengan nilai perusahaan.

#### **2.5.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening**

Perusahaan yang mampu membayar kewajiban finansialnya secara tepat waktu merupakan perusahaan yang dalam keadaan likuid dan perusahaan tersebut memiliki alat pembayaran ataupun aktiva yang lebih besar dari utang lancarnya (Thaib & Dewantoro, 2017). Perusahaan yang mampu memenuhi liabilitas jangka pendeknya menggunakan asset lancarnya, maka dikatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki dana untuk membayar liabilitasnya yang akan berdampak pada keuntungan atau profit pada perusahaan (Alicia, 2017). Investor melihat profitabilitas perusahaan yang kuat sebagai sinyal yang baik, yang mengarah pada peningkatan permintaan saham perusahaan.

Pernyataan ini di dukung oleh penelitian Hamidy (2015), & Yudha (2022) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memediasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu hutang jangka pendeknya dengan baik akan berdampak pada keuntungan atau laba perusahaan yang nantinya akan mampu menarik investor untuk berinvestasi.

H<sub>5</sub>: Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan.

#### **2.5.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.**

Suatu perusahaan yang memiliki ukuran yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mengalami perkembangan sehingga investor akan memberikan respon yang positif yang dapat membuat perusahaan tersebut meningkat dan berkembang. Perusahaan yang sudah berukuran besar biasanya memiliki basis kepentingan yang lebih luas yang akan berdampak pada berbagai kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan publik (Yanti & Darmayanti, 2020)..

Pernyataan ini di dukung oleh penelitian Abundanti (2019), & Octaviany (2020) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar probabilitas untuk melakukan peningkatan laba.

H<sub>6</sub>: Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan.

#### **2.5.7 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah hasil dari sejumlah kebijakan dan juga keputusan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaannya dalam mencari keuntungan (Sutama & Lisa, 2018). Semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan atau laba maka semakin besar pula tingkat pembayaran deviden yang akan dibagikan pada pemegang saham (Imam et al., 2021). Rasio

Profitabilitas yaitu rasio yang dipakai guna menilai kecakapan perusahaan dalam memperoleh margin. Selain itu rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen yang digambarkan dari margin yang diperoleh dari penjualan ataupun pendapatan investasi (Kasmir, 2013).

Pernyataan ini di dukung oleh penelitian Nyoman (2019), Octaviany (2020), dan Yanti (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karna jika perusahaan dapat mengelola pengembalian atas ekuitas dengan baik, maka akan semakin besar pula laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dan akan mempengaruhi nilai saham suatu perusahaan yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

H<sub>7</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.