

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori Sinyal, yang pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973, mengemukakan bahwa pihak yang memiliki informasi berupaya memberikan sinyal yang bermanfaat bagi pihak penerima informasi. Teori sinyal merujuk pada konsep yang terkait dengan cara investor menentukan perusahaan mana yang layak untuk diberi investasi dengan mempertimbangkan prospek atau kinerja perusahaan. Menurut Hidayatul (2021) teori sinyal menyoroti pentingnya perusahaan memberikan informasi kepada para pemegang saham untuk membantu mereka dalam mengambil keputusan investasi. Informasi ini yang kemudian akan diambil oleh para investor sebagai faktor dalam membuat keputusan investasi. Perusahaan menggunakan sinyal ini dengan tujuan untuk mengomunikasikan informasi yang diharapkan kepada pasar.

Sinyal yang perusahaan berikan memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan informasi yang diharapkan dan berpotensi memengaruhi penilaian dari pihak eksternal, termasuk investor, terhadap perusahaan. Informasi yang disajikan oleh perusahaan dianggap sebagai sinyal, baik yang bersifat positif maupun negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2017) jika informasi yang diumumkan dianggap sebagai sinyal positif, dapat berdampak pada perubahan dalam volume perdagangan saham informasi. Perusahaan mengeluarkan berbagai informasi yang dapat berperan sebagai sinyal bagi

pihak di luar perusahaan, terutama investor, seperti pengungkapan laporan keuangan dan laporan tahunan yang bukan berhubungan dengan keuangan.

Hubungan antara teori sinyal dengan penelitian ini yaitu teori ini digunakan untuk menjelaskan hubungan yang saling terkait antara 4 variabel, yaitu, profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Hubungan antara pemilik dan manajemen sangat tergantung pada penilaian pemilik terhadap manajemen. Dalam hal ini, pemilik mengharapkan pengembalian investasi yang mereka percayakan kepada manajemen.

Semakin baik profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaannya. Dengan demikian, manajemen dapat memberikan imbal balik kepada pemilik modal atau investor atas kekayaan perusahaan tersebut. *Signaling theory* juga mendukung hubungan antara *leverage* dengan kreditor. Jika perusahaan tumbuh dengan baik melalui pembiayaan hutang, maka kepercayaan kreditor terhadap perusahaan akan meningkat. Pembayaran terhadap kreditor juga akan berjalan dengan lancar jika pembiayaan hutang berjalan dengan baik. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata kreditor.

Hubungan *signaling theory* dengan variabel likuiditas adalah, jika likuiditas perusahaan baik maka menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan dapat dijadikan sebagai sinyal kepada manajemen untuk menarik investor agar menanamkan modalnya di perusahaan. Di sisi lain, leverage yang tinggi memberikan sinyal negatif kepada investor, karena solvabilitas yang tinggi berarti utang perusahaan juga meningkat. Dalam hal ini investor tidak termotivasi untuk menanamkan.

Profitabilitas semakin tinggi permintaan yang dilakukan oleh investor dengan terus membeli saham dikarenakan kinerja perusahaan yang baik maka harga saham perusahaan tersebut cenderung akan naik, maka dapat menunjukkan bahwa prospek perusahaan yang positif, hal ini dapat dijadikan sinyal bagi para investor untuk melakukan investasi karena prospek perusahaan yang positif.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap keberhasilan dan kinerja perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan yang diukur melalui harga saham di pasar. Nilai perusahaan ini mencerminkan adanya peluang investasi yang menguntungkan. Keberadaan peluang-peluang investasi tersebut memberikan sinyal positif kepada investor mengenai potensi keuntungan yang akan mereka peroleh dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sebagai hasilnya, hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Keberhasilan dan kelangsungan operasi perusahaan sangat bergantung pada nilai perusahaan, yang memiliki peran penting dan sensitif dalam semua aspeknya. Menurut Pandhega (2021) nilai perusahaan ini memberikan persepsi tertentu kepada pihak eksternal tentang tingkat keberhasilan perusahaan tersebut. Semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berharap agar harga yang tinggi, sehingga menarik para investor.

Terdapat beragam metode dan Teknik yang telah dikembangkan dalam proses penilaian perusahaan . Metode dan Teknik ini berperan penting dalam menganalisis nilai perusahaan secara komprehensif dan objektif, beberapa diantaranya meliputi pendekatan

laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *Price Earning Ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba, pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas, pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva. pendekatan harga saham, pendekatan *Economic Value Added* (EVA) Suharli (2006).

Terdapat beberapa pendekatan dalam menganalisis rasio dalam penilaian nilai pasar. Pendekatan-pendekatan ini membantu dalam mengevaluasi nilai pasar suatu perusahaan dengan berbagai perspektif, diantaranya *price earning ratio* (PER), *price book value ratio* (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividen yield ratio* dan *dividen payout ratio* (DPR) ini menurut Brigham dan Houston (2006).

Salah satu indikator yang dapat memberikan gambaran nilai perusahaan secara keseluruhan adalah *Price to Book Value* (PBV). Pengukuran nilai perusahaan dapat diukur menggunakan PBV sebagai acuan yang dinyatakan oleh Rizky (2023). PBV merupakan perbandingan antara harga per lembar saham dengan nilai buku perusahaan. Indikator ini memberikan gambaran tentang sejauh mana harga pasar saham perusahaan berbanding dengan nilai aset yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan. Dengan demikian, PBV dapat memberikan informasi tentang seberapa mahal atau murah harga saham dibandingkan dengan nilai intrinsik perusahaan.

Dalam penelitian Pandhega (2021) menyatakan *Price to Book Value* (PBV) adalah suatu nilai yang berguna untuk membandingkan apakah suatu saham lebih mahal atau lebih murah dibandingkan dengan saham lainnya. Ketikan nilai PBV perusahaan semakin tinggi, maka mencerminkan apresiasi pasar terhadap kinerja perusahaan tersebut. Dalam hal ini, harga saham per lembar juga cenderung menjadi lebih tinggi, yang diharapkan

dapat memberikan tingkat return yang tinggi. PBV juga dapat memberikan gambaran tentang penilaian pasar terhadap potensi pertumbuhan dan performa perusahaan.

Keterkaitan antara teori sinyal dengan nilai perusahaan adalah bahwa perusahaan yang memiliki nilai baik dapat menjadi indikasi positif, sementara sebaliknya, perusahaan yang memiliki nilai buruk dapat menjadi indikasi negatif. Penjelasan ini disebabkan oleh fakta bahwa investor cenderung melakukan investasi dengan tujuan mencari keuntungan, sehingga mereka akan cenderung menghindari perusahaan dengan nilai yang kurang menguntungkan. Dengan kata lain, investor tidak akan cenderung menanamkan modal mereka pada perusahaan yang memiliki nilai yang kurang baik.

2.2.2 Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan atau *firm size* merupakan salah satu metrik yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yang dapat dilihat dari perspektif seberapa besar ekuitas, penjualan, dan aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki skala atau ukuran yang besar umumnya memiliki total aset yang besar karena telah melakukan ekspansi dan mencapai tahap pertumbuhan di mana arus kas perusahaan stabil dalam jangka waktu yang cukup lama. Perusahaan yang memiliki struktur aset yang baik tentu memiliki aset yang besar. Struktur aset mengacu pada rasio yang membandingkan aset tetap dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dinyatakan oleh Farizki (2021).

Ukuran perusahaan memiliki dampak pada nilai perusahaan karena mencakup skala perusahaan yang ditunjukkan oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset. Menurut Nova (2022) semakin besar ukuran atau skala perusahaan,

semakin mudah bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal. Besar atau kecilnya ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan. Terdapat perbedaan penelitian oleh Tesalonika (2022) perusahaan yang mapan memiliki kemudahan dalam mengakses pasar modal untuk mendapatkan dana dengan biaya lebih rendah, sedangkan perusahaan yang baru atau kecil menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar modal. Besar perusahaan dapat diukur berdasarkan *total asset*, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan ditinjau dari perspektif *total aset* (TA).

2.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dengan efektif menggunakan sumber daya yang tersedia, termasuk aset, modal, dan pendapatan dari penjualan. Profitabilitas memiliki peranan yang sangat krusial dalam segala aspek bisnis perusahaan, karena mengindikasikan sejauh mana perusahaan mampu menjalankan kegiatan dengan efektif dan efisien, serta mencerminkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pada dasarnya, keberhasilan bisnis merupakan pencapaian tujuan bisnis. Keberhasilan bisnis dapat diukur dengan mencapai laba, karena laba merupakan salah satu tujuan utama. Penelitian yang dilakukan oleh Komang (2022) ketika sebuah perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor, sehingga perusahaan dapat mengakses dana yang cukup. Selanjutnya, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Return Of Equality (ROE) akan menjadi rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini. *Return Of Equality* adalah ukuran yang mencerminkan hasil yang diperoleh perusahaan bagi para pemegang saham. ROE ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas atau marjin keuntungan, efisiensi penggunaan aset untuk menghasilkan pendapatan, dan pengelolaan utang perusahaan secara optimal. *Return Of Equality* merupakan sebuah rasio yang memiliki signifikansi besar bagi para pemilik saham biasa perusahaan, karena rasio ini mencerminkan tingkat hasil yang diperoleh oleh manajemen dari modal yang telah disediakan oleh pemilik perusahaan.

2.2.4 Leverage

Dalam penelitian Adhitya (2022) *leverage* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban atau hutang yang dimilikinya, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang, dengan menggunakan aset perusahaan sebagai jaminan. Harapannya, penggunaan hutang oleh perusahaan akan menghasilkan tanggapan positif dari pihak eksternal. *Leverage* memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan mengandalkan utang dalam mendanai kegiatan operasionalnya dan dapat memberikan wawasan tentang tingkat risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar proporsi dana operasional yang berasal dari utang, yang dapat berdampak pada kinerja dan stabilitas finansial perusahaan .

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul (2021) keberadaan *leverage* yang tinggi juga akan mempengaruhi persepsi investor yang cenderung menghindari risiko

berinvestasi. Terdapat hubungan antara *leverage* dan dividen, di mana semakin tinggi tingkat utang, semakin terbatas kemampuan perusahaan untuk memberikan dividen kepada para pemegang saham. Akibatnya, penilaian investor terhadap perusahaan bisa menjadi negatif. *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan sebagai pengukuran *leverage*. DER digunakan untuk mengukur proporsi dana hutang yang digunakan dalam pendanaan aset perusahaan. Rasio ini menunjukkan perbandingan antara hutang dan ekuitas perusahaan. Ketika *Debt to Equity Ratio* tinggi, hal ini menunjukkan tingkat hutang perusahaan yang tinggi, yang dapat berdampak pada laba yang lebih rendah karena beban pembayaran hutang yang harus ditanggung. Laba rendah dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2.2.5 Likuiditas

Dalam penelitian Sriyanto (2022) kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam membayar hutang jangka pendek, menggunakan kekayaannya, dikenal sebagai likuiditas. Semakin tinggi rasio likuiditas perusahaan, semakin besar kemampuannya untuk membayar utangnya. Jika likuiditas perusahaan efektif, kemungkinan pembayaran deviden akan lebih efektif. Likuiditas perusahaan dapat diukur menggunakan rasio keuangan seperti rasio lancar dan *quick ratio*. Menurut Romdoni & Pandoyo (2022) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan membandingkan aktiva lancar perusahaan dengan utang lancar perusahaan.

Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan mengakibatkan kenaikan harga saham perusahaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian Sjahrudin (2022) likuiditas diukur menggunakan *current ratio* (CR), di mana semakin besar aktiva lancar dan hutang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (hutang). *Current ratio* adalah perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar perusahaan. Menurut Pandhega (2021) jika *current ratio* rendah, itu menandakan bahwa perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sebaliknya, jika *current ratio* tinggi, itu menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik, yang dapat meningkatkan permintaan dan harga saham perusahaan.

2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu ini menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian ini, sehingga bisa menambah teori yang digunakan dalam melakukan penelitian yang ingin dilakukan. Bagian ini akan diterangkan terkait pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas dan firm size terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2. 1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Sampel Industri dan Periode	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Warmita I wayan & Alit Erlina Wati Ni Wayan, 2018)	“Pengaruh Profitabilitas, Harga Saham, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan	X1: Profitabilitas X2: Harga saham X3: Likuiditas X4: Ukuran perusahaan Y: Nilai Perusahaan	X1: Berpengaruh negative pada Y. X2: Berpengaruh positif pada Y. X3: Berpengaruh Positif pada Y. X4: Berpengaruh Negatif pada Y.

		Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2018-2020)”		
2.	(Waskita Aji & Fahmi Atun, 2019)	“Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Profitabilitas, dan Likuiditas pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018”	X2: Profitabilitas X3: Likuiditas Y: Nilai Perusahaan Z: Ukuran perusahaan	X2: Tidak berpengaruh pada Y. X3: Tidak berpengaruh pada Y. Z: tidak bisa memoderasi x1 pada y. Z: tidak bisa memoderasi x2 pada y. Z: tidak bisa memoderasi x3 pada y.
3.	(Pohan, 2019)	“Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi”	X1: Profitabilitas Y: Nilai perusahaan Z: Ukuran perusahaan	X1: berpengaruh positif signifikan pada y. Z: bisa memoderasi/memperkuat hubungan x1 pada y. Z: bisa memperlemah hubungan x2 pada y.
4.	(Nur, 2019)	“Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Pada Nilai	X1: Profitabilitas X2: Likuiditas	X1: berpengaruh positif signifikan pada y. X2: berpengaruh positif signifikan pada y.

		Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi”	Y: Nilai Perusahaan Z: Ukuran perusahaan	Z: bisa memperkuat hubungan x1 pada y. Z: tidak bisa memoderasi hubungan x2 pada y.
5.	(Waskita Aji & Fahmi Atun, 2019)	“Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Profitabilitas, dan Likuiditas pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018”	X2: Profitabilitas X3: Likuiditas Y: Nilai Perusahaan Z: Ukuran perusahaan	X2: Tidak berpengaruh pada Y. X3: Tidak berpengaruh pada Y. Z: tidak bisa memoderasi x1 pada y. Z: tidak bisa memoderasi x2 pada y. Z: tidak bisa memoderasi x3 pada y.
6.	(Sholekhah, 2021)	“Firm Size, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan”	X1: Ukuran Perusahaan X2: Leverage X3: Profitabilitas X4: Likuiditas	X1: Berpengaruh negative pada Y. X2: Berpengaruh positif pada Y. X3: Berpengaruh negative pada Y. X4: Berpengaruh positif pada Y.
8.	(Fateha Anni’Mah Hidayatul, 2021)	“Pengaruh Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Enterprise Risk Management Sebagai	X1: Leverage X2: Likuiditas X3: Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan	X1: Berpengaruh positif pada Y. X2: Berpengaruh negative pada Y. X3: Berpengaruh positif Pada Y.

		Variabel Pemoderasi”		
9.	(Farizki, 2021)	“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Pada Nilai Perusahaan”	X1: Profitabilitas X2: Leverage X3: Likuiditas X4: Ukuran Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	X1: berpengaruh negative pada Y. X2: berpengaruh negative pada Y. X3: berpengaruh positif pada Y. X4: berpengaruh positif pada Y.
10.	(Satria Bagaskara, 2021)	“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan”	X1: Profitabilitas X2: Leverage X3: Ukuran Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	X1: berpengaruh negative pada Y. X2: berpengaruh negative pada Y. X3: berpengaruh positif pada Y.
11.	(Nova Desi Antari Ni Komang, 2022)	“Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2018-2019”	X1: Likuiditas X2: Profitabilitas X3:Ukuran Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	X1: Berpengaruh positif signifikan pada Y. X2: Berpengaruh positif pada Y. X3: Berpengaruh positif pada Y.
12.	(Sriyanto Pambudi Anang, 2022)	“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan Studi pada Industri	X1: Profitabilitas X2: Likuiditas Y: Nilai Perusahaan	X1: Berpengaruh negative pada Y. X2: Berpengaruh positif signifikan pada Y .

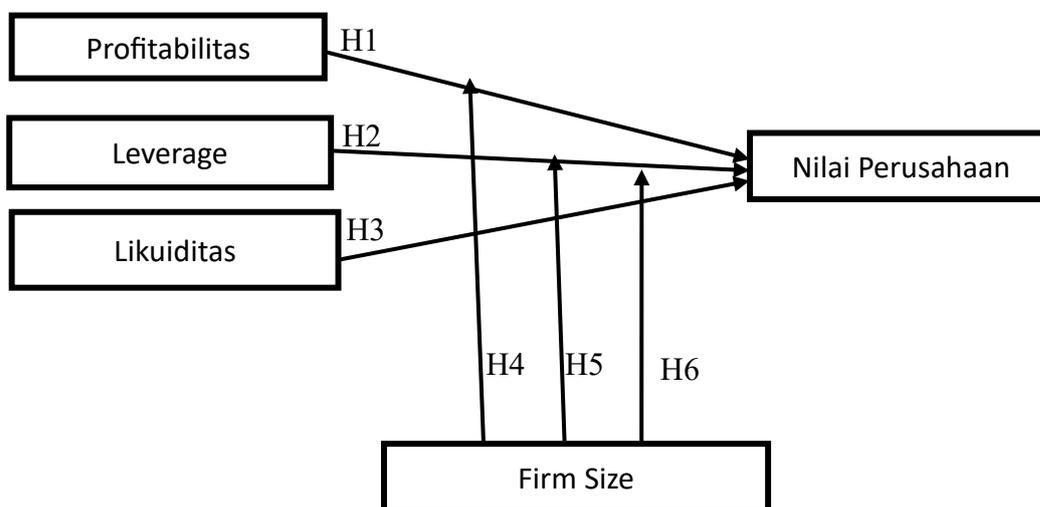
		Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”		
13.	(Mira Dianti Pande Putu, 2022; Tesalonika Hermanto Lisa & Rosyada Fitriati Ika, 2022)	“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Struktur Kepemilikan Pada Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	X1: Profitabilitas X2: Leverage X3: Kebijakan Dividen Y: Nilai Perusahaan	X1: Berpengaruh positif pada Y. X2: Berpengaruh negatif pada Y. X3: Berpengaruh positif pada Y. X5: Berpengaruh negatif pada Y.
14.	Grady Agung, 2022	“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan”	X1: Ukuran Perusahaan X2: Profitabilitas X3: Leverage	X1: berpengaruh positif pada Y. X2: berpengaruh positif pada Y. X3: Berpengaruh negative pada Y.
15.	Tatap maduma dan Eduard Ary Binsar Naibaho (2022)	“Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi”	X1: tax avoidance X2: leverage X3: profitabilitas	X1: berpengaruh negative pada y. X2: berpengaruh negative pada y. X3: berpengaruh positif pada y.
16.	Herman Sjahrudin, 2022	“Pengaruh Ukuran Perusahaan,	X1: Ukuran Perusahaan	X1:berpengaruh positif pada Y.

		Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Leverage dan Likuiditas Pada Nilai Perusahaan”	X2: Profitabilitas X3: Kebijakan Dividen X4: Leverage	X2: berpengaruh positif pada Y. X3: Berpengaruh positif pada Y. X4: berpengaruh negative pada Y.
17.	(Fitri S & Amrullah S, 2022)	“Pengaruh Rasio Likuiditas, Aktivitas, dan Leverage Pada Profitabilitas dengan Firm Size Sebagai Variabel Moderasi”	X1: Likuiditas X2: <i>Leverage</i> Y: Profitabilitas Z: <i>Firm size</i>	X1: berpengaruh positif signifikan pada y. X2: berpengaruh positif signifikan pada y. Z: memperlemah hubungan x1 pada y. Z: tidak bisa memperkuat hubungan x2 pada y. Z: memperlemah hubungan x3 pada y.
18.	(Rihhadatul Aisyah & Sartika, 2022)	“Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Pada Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi”	X1: Profitabilitas X2: <i>Financial leverage</i> Y: Nilai perusahaan Z: Ukuran perusahaan	X1: tidak berpengaruh pada y. X2: berpengaruh signifikan pada y. Z: tidak bisa memoderasi x1 pada y. Z: tidak bisa memoderasi x2 pada y.
19.	(Dina Athiy, 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	X1: Profitabilitas X2: <i>Leverage</i> X3: Likuiditas Y: Nilai perusahaan Z: Ukuran perusahaan	X1: berpengaruh positif pada y. X2: berpengaruh positif pada y. X3: berpengaruh positif pada y Z: memoderasi x1 pada y. Z: memoderasi x2 pada y.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran di penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh variabel independen (X) yang mana, Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), Likuiditas (X3), dan *Firm Size* (X4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Nilai Perusahaan. Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



2.5 Pengembangan Hipotesis

Dari permasalahan yang telah dirumuskan serta dikaitkan dengan teori yang ada, maka hipotesis adalah sebagai berikut:

2.5.1 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2014) menyatakan bahwa profitabilitas adalah efektivitas menghasilkan keuntungan melalui penggunaan aset atau modal, baik modal global maupun ekuitas, selama periode waktu tertentu. Meningkatnya profitabilitas

perusahaan, maka semakin besar peluang untuk menarik investor ke perusahaan tersebut dan semakin besar pula peluang perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan signaling theory yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan sinyal positif bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya. Profitabilitas yang tinggi berarti perusahaan memiliki manajemen yang baik untuk memaksimalkan keuntungan.

Likuiditas pada Perusahaan dapat dijelaskan dengan signaling theory semakin tinggi kemampuan Perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya merupakan sinyal baik atau good news bagi investor. Sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Faizal dan Agustin (2023) juga Ikfan dan Rahmi (2022) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas, semakin baik posisi manajemen.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.2 Hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya. Pengendalian yang efektif sangat penting dalam menjaga kelancaran operasional perusahaan dan mencegah Tindakan penyelewengan atau penyalahgunaan oleh karyawan. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana untuk membayar dividen, mendukung operasional perusahaan, dan melakukan investasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan.

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi memiliki dana internal yang cukup besar, sehingga mereka dapat menggunakan sumber dana internal yang cukup besar. Mereka dapat menggunakan sumber daya internal terlebih dahulu untuk membiayai investasi sebelum mengandalkan pendanaan eksternal melalui pinjaman, hal ini dapat meningkatkan minat investor terhadap saham perusahaan. Menurut Warmita (2018) Permintaan yang meningkat terhadap saham akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian (Nova, 2022) likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.5.3 Hubungan Leverage dengan Nilai Perusahaan

Leverage merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk menggunakan pinjaman dalam membiayai asetnya. Semakin tinggi jumlah pinjaman yang digunakan, semakin besar pula risikonya, sehingga manajemen perlu berhati-hati dalam memanfaatkan pinjaman tersebut. Begitu juga penelitian oleh Syahrizal (2022) leverage adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan memanfaatkan pinjaman atau hutang dibandingkan dengan total asetnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Dina (2023) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi berarti perusahaan tersebut tidak solvable artinya hutang perusahaan lebih besar daripada total asset perusahaan. Sehingga apabila hutang perusahaan tersebut tinggi akan berpengaruh juga terhadap minat investor berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga akan berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Hal

tersebut sejalan dengan hasil penelitian Dedi (2018) yang menghasilkan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5.4 Firm size memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Perusahaan yang memiliki skala besar dianggap mampu menciptakan keuntungan yang signifikan. Perusahaan yang besar umumnya menjalankan operasionalnya dengan keteraturan. Mereka menggunakan aset mereka secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan besar akan lebih mudah dikenali dan dipercaya oleh masyarakat. Hal ini akan meningkatkan penjualan perusahaan perusahaan dan mengoptimalkan profitabilitas.

Sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan peningkatan profitabilitas, investor akan lebih tertarik untuk menginvestasikan modal mereka ke dalam perusahaan tersebut, sehingga harga saham akan naik dan nilai perusahaan akan meningkat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pohan (2019), teori sinyal dinyatakan bahwa apabila semakin besar ukuran perusahaan semakin menarik minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan besar karena dianggap menguntungkan dan meningkatkan nilai perusahaan.

H4 : *Firm size* menguatkan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

2.5.5 Firm size memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan

Firm size mencerminkan skala perusahaan itu sendiri. Besarnya perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimilikinya. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula aset yang dimiliki. Likuiditas merupakan ukuran kemampuan perusahaan

dalam membayar atau melunasi kewajiban finansialnya pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Jika perusahaan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat waktu, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan memiliki aset lancar yang lebih besar daripada hutang lancarnya. Menurut Harjito (2014) semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi juga tingkat likuiditasnya. Likuiditas dalam teori sinyal yang di artikan pada tingkat likuiditas yang tinggi dapat mempengaruhi minat investor untuk berinvestasi sehingga permintaan saham meningkat. Kenaikan nilai saham mencerminkan peningkatan nilai perusahaan secara menyeluruh. Penelitian dari Pitri (2022) bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

H5 : *Firm size* menguatkan pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

2.5.6 Firm size memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan

Semakin tinggi tingkat *financial leverage* atau *leverage* keuangan perusahaan, semakin besar risiko yang mungkin dihadapi di masa mendatang. Teori sinyal, yang menjadi landasan pemikiran ini, menunjukkan bahwa perusahaan akan berkomunikasi kepada investor dengan memberikan sinyal berupa berita positif atau sebaliknya. Teori ini menegaskan bahwa hanya perusahaan dengan kinerja baik yang mampu memberikan sinyal positif, sehingga perusahaan dengan kinerja yang kurang baik tidak dapat meniru tindakan tersebut. Dalam penelitian ini, pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas dapat diperkuat oleh ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak aset yang dimiliki.

Jika perusahaan memiliki aset yang cukup untuk membiayai operasionalnya, maka tidak perlu meminjam dari pihak ketiga. Meskipun perusahaan memiliki tingkat hutang

atau leverage yang tinggi, manajemen perusahaan yang kompeten dapat mengelolanya dengan baik. Hal ini diperkirakan akan berdampak pada pertumbuhan ukuran perusahaan di masa depan, meskipun memiliki risiko yang tinggi terkait hutang tersebut. Dalam penelitian Rihhadatul (2022) *firm size* dapat memperkuat *leverage* terhadap nilai perusahaan.

H6 : *Firm size* dapat memperkuat *leverage* terhadap nilai perusahaan.