

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Yang pertama Anggraeni dan Sulhan (2020) berjudul profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variable moderasi. Pendekatan kuantitatif untuk penelitiannya dan mengambil populasi perusahaan manufaktur pada Bursa Efek Infonesia tahun 2016 sampai 2018. Menggunakan metode *purposive sampling* yang dipakai. Teknik analisis regresi linear berganda dan *MRA*. Hasil dalam penelitian ini menetapkan profitabilitas serta *leverage* memiliki bentuk pengaruh positif dan juga signifikan pada nilai perusahaan.

Peneliti Dewi dan Ekadjaja (2020) memakai metode *purposive sampling* dan populasi atas perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia masa tahun 2015-2017 menggunakan analisis regresi linear berganda pada teknik analisisnya dengan hasil didapat terbilang ukuran perusahaan maupun profitabilitas tercipta pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan.

Berikutnya oleh Rachmat (2022) Teknik analisis data memakai regresi linear berganda dan *purposive sampling* sebagai pengambilan sampel serta menggunakan perusahaan manufaktur sektor barang dan konsumsi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia masa 2016 – 2020 sebagai populasi penelitian tersebut. Pada penelitian ini didapatkan hasil pengaruh positif pada variabel *leverage* dan profitabilitas sedangkan yang berpengaruh negatif adalah variabel ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.

Bentuk penelitian Agustin dan Wahyuni (2020) Mengambil objek populasi dari perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia masa 2014-2018 *purposive sampling* sebagai teknik cara pengambilan sampel serta analisis regresi linear berganda sebagai teknik analisis kemudian memakai pendekatan kuantitatif dan mendapati hasil sebagaimana ditemukannya pengaruh positif tidak signifikan kepada ukuran perusahaan sedangkan untuk profitabilitas ditemukan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian Sovita dan Sari (2022) Teknik analisis data yang terpakai pada penelitiannya adalah analisis regresi linear berganda kemudian pendekatan penelitian kuantitatif serta *purposive sampling* untuk cara pengambilan sebuah sampel dan menetapkan populasi dari perusahaan industri manufaktur pada sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia per 2016 – 2020 dengan menciptakan hasil temuan yang terbukti ditemukan pengaruh positif signifikan di ukuran perusahaan pada nilai perusahaan

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 *Signalling* Teori (teori persinyalan)

Seperti yang dijelaskan Brigham dan Houston (2010) teori sinyal adalah sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan yang mempunyai maksud memberi petunjuk pada investor bagaimana manajemen memandang peluang perusahaan di masa besok. Sinyal semacam informasi tentang apa saja yang dikerjakan manajemen demi memenuhi keinginan investor (pemilik).

Sebuah informasi yang diberikan perusahaan yang dapat membentuk sinyal untuk pihak luar khususnya investor adalah sebuah laporan bentuk tahunan. Bentuk dari data yang diekspresikan melalui laporan tahunan bisa bermacam data

akuntansi, yaitu data yang tersangkut dari laporan keuangan serta berikutnya data bukan akuntansi yaitu data atau berita yang jauh berhubungan dengan laporan keuangan (Yuniastri et al., 2021).

Dalam teori sinyal menjabarkan tentang kenapa dalam perusahaan wajib memberi informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Motivasi perusahaan untuk membagikan informasi bermula dari tidak simetrisnya informasi dari pihak perusahaan dengan pihak luar, sebab dari pihak perusahaan lebih mengetahui tentang perusahaan dan prospek masa depannya dibandingkan dengan pihak luar (investor dan kreditur). Salah satu cara untuk mengurangi atau dapat menghilangkan informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar. Laporan keuangan yang baik mengakibatkan terjadinya peningkatan nilai perusahaan, jika laporan keuangan yang ditunjukkan perusahaan mempresentasikan profitabilitas perusahaan yang baik, *leverage* yang stabil dan ukuran perusahaan yang relatif besar maka laporan keuangan dari perusahaan tersebut bakal memberi sinyal positif untuk investor. Perusahaan berharap dengan menginformasikan sinyal positif mengenai laporan keuangan akan memberikan sketsa atas kondisi dari perusahaan dan membuat pihak luar tertarik untuk menanam modal di perusahaan tersebut.

### **2.2.2 Nilai perusahaan**

Seperti yang dijelaskan Denziana dan Monica (2016) penjabaran dari nilai perusahaan adalah bentuk dari capaian suatu perusahaan tentang bukti masyarakat yang percaya akan perusahaan itu telah melewati berbagai mekanisme yang panjang yaitu sejak berdirinya perusahaan hingga saat ini. Nilai perusahaan menggambarkan kondisi sebuah perusahaan. Dari penelitian Hidayat (2019)

Penilaian dari mata seorang investor terhadap suatu kesuksesan pada perusahaan dalam mengendalikan sumber daya yang dipegang perusahaan merupakan makna dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan merepresentasikan dari nilai yang ada pada saat ini dengan semua laba pada masa mendatang yang diinginkan perusahaan

Definisi atas nilai perusahaan yaitu bentuk biaya yang hukumnya wajib dibayar investor jika perusahaan tersebut akan dilego (Husnan, 2013). Nilai perusahaan dipandang melalui nilai jual maupun dari nilai buku modal perusahaan. Harga saham yang berlaku di pasar saham ditentukan dari eksekutor pasar dengan jangka waktu khusus, istilah itu disebut dengan pasar saham. Setiap hari setiap menit bahkan setiap detik pun harga saham selalu dipastikan berubah, maka dari itu para eksekutor pasar diharapkan mampu mengamati hal-hal yang akan memengaruhi pada harga saham (Manoppo dan Arie, 2016).

**2.2.3 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan didasarkan dari beberapa aturan untuk menggambarkan ukuran, skala atau variabel dari skala perusahaan seperti total asset, nilai pasar saham, total penjualan serta pendapatan dan modal. Penelitian oleh Widiastari & Yasa (2018) mengatakan ukuran perusahaan sebuah skala dimana dapat dikategorikan dari kecil besarnya perusahaan yang diukur menggunakan total aktiva, nilai saham, jumlah penjualan dan yang lainnya. Sedangkan menurut Riyanto (2013) mengungkapkan jika ukuran perusahaan bisa dipandang lewat nilai aset, jumlah dari nilai modal serta hasil nilai penjualan. Berdasarkan uraian mengenai ukuran perusahaan yang telah tertera maka dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya ditentukan berdasar

jumlah nominal misalnya jumlah total penjualan dalam satu periode, total asset serta total ekuitas.

Ukuran perusahaan dipercaya bakal memengaruhi nilai perusahaan, sebab dengan semakin besar skala perusahaan lantas semakin mudah perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun disisi lain, risiko perusahaan kecil dalam menjalankan tugasnya akan menimbulkan banyak hutang. Perusahaan dengan profit besar akan mempunyai laba ditahan maksimal yang membuat perusahaan dapat mencukupi kebutuhannya dalam urusan dana perusahaan untuk rancangan perluasan usaha serta menciptakan sebuah produk yang baru dari berbagai sumber pendanaan internal. Apabila laba yang ditahan besar pada suatu perusahaan, maka semakin banyak dana yang dari internal perusahaan sehingga akan mengurangi menggunakan dana dari luar perusahaan (Indriyani, 2017).


#### 2.2.4 Leverage

Suatu perusahaan pasti membutuhkan dana untuk menjalankan usahanya. Dana ini dapat berasal dari ekuitas atau sumber lainnya (Rachmat, 2022). Utama dan Lisa (2018) *leverage* adalah rasio yang mengukur berapa banyak aset perusahaan yang telah dibiayai dengan utang. Tingkat hutang yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengambil banyak hutang untuk membiayai perusahaan. Semakin rendah hutang perusahaan, semakin besar kemungkinan investor untuk mendanai, karena lebih banyak keuntungan perusahaan digunakan sebagai dividen, sehingga menaikkan nilai perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban finansial pada perusahaan baik jangka panjang atau jangka pendek merupakan arti dari *Leverage*

(Suwardika dan Mustanda, 2017). Setiap sebuah perusahaan bisa menggunakan hutang sebagai bentuk untuk memperoleh modal guna menghasilkan laba tinggi. Dari penggunaan hutang itu diperlukan perusahaan agar menerima tanggapan positif dari pihak luar sana. Maka hutang adalah indikasi atau sinyal positif sebagai cara dalam menaikkan nilai perusahaan pada pandangan seorang investor.

### **2.2.5 Profitabilitas**



Profitabilitas merupakan kesanggupan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama masa waktu tertentu dan menjadi sebuah alat ukur yang efektif operasi semua perusahaan (Muharramah dan Hakim, 2021). Selanjutnya Nugroho et al., (2022) profitabilitas juga dapat dilihat dari tingkat penjualan perusahaan tersebut, demikian juga dapat diawasi dari segi kemampuan perusahaan dalam upaya menghasilkan sebuah keuntungan. Dari Apsari et al., (2015) Kemampuan suatu perusahaan dalam mengumpulkan laba berkaitan antara total aset, ekuitas serta tingkat penjualannya disebut profitabilitas.

Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan mampu menciptakan laba tinggi, karena dengan laba tinggi akan membuat return yang diharapkan oleh investor menjadi tinggi. Selain hanya menjadi parameter kemampuan perusahaan sebagai upaya dalam membayar kewajiban kepada pemberi pinjaman, laba perusahaan juga merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek bisnis masa depan.

## **2.3 Pengembangan Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai model (termasuk skala pendapatan, total aset dan total modal). Semakin tinggi hasil total asset, ukuran pendapatan

dan total modal akan mempresentasikan semakin kuatnya perusahaan serta akan memicu dana yang sangat besar sebagai keperluan operasional suatu perusahaan. Rizqia et al., (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah sejauh mana perusahaan tumbuh berkembang dalam bisnis. Hal ini sama juga yang dikatakan menurut Sujoko dan Soebianto (2007) bahwa perkembangan perusahaan dapat dikenali dari ukuran perusahaan besar, ini pastinya dapat membuahkan pandangan yang positif ataupun memikat adanya respon dari investor yang hal itu akan mengakibatkan terjadinya kenaikan dari nilai perusahaan.

Pada teori sinyal makin bertumbuh besarnya ukuran perusahaan akan membuat investor lebih tertarik untuk membeli sahamnya, sehingga akan meningkatkan permintaan saham perusahaan dan memacu naiknya harga saham perusahaan. Dengan terjadinya peningkatan ini akan memperlihatkan bahwa perusahaan dirasa mempunyai nilai yang amat besar di mata investor. Berdasar yang dilakukan Murti dan Purwaningsih (2022) dengan memberikan hasil berpengaruh positif variabel ukuran perusahaan kepada nilai perusahaan. Hipotesis penelitian yang pertama:

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.2 Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan**

*Leverage* yaitu gambaran seberapa besar atau seberapa kecilnya utang yang digunakan perusahaan untuk mendanai perusahaannya. Perusahaan memutuskan untuk menggunakan utang sebagai bentuk kebijakan pembiayaan. Investor memahami penggunaan utang sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kembali kewajibannya di masa depan, yang mendapat respon pasar yang positif (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penggunaan utang dapat menambah modal bagi

usaha yang selanjutnya akan digunakan untuk kepentingan usaha guna menghasilkan kinerja usaha yang baik. Di sisi lain, nilai perusahaan dapat meningkat jika jumlah hutang kurang dari titik optimal sehingga peningkatan jumlah hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena adanya penghematan pajak (Noviani et al., 2019).

Setiap perusahaan yang menggunakan hutang dapat memotong biaya dari penghasilan pajak karena biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan akan digunakan guna pembayaran bunga pinjaman. Pengurangan pajak membuat peningkatan laba perusahaan sehingga dana dapat didistribusikan untuk pembagian dividen maupun reinvestasi. Setiap perusahaan yang berupaya melakukan reinvestasi atau meningkatkan pembagian dividen pada investor akan mendapatkan respon positif yang dimana hal itu akan meningkatkan penilaian pasar yang berakibat pada penawaran harga saham di pasar modal makin meningkat, maka pemakaian hutang dapat menjadi sinyal positif yang dibagikan perusahaan untuk investor guna mengoptimalkan nilai perusahaan dimata investor (Suwardika dan Mustanda, 2017). Hasil penelitian dari Rachmat (2022), Sari dan Wahidahwati (2021) membuktikan variabel *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Hipotesis yang kedua:

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



### **2.3.3 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Profitabilitas ialah parameter laba yang didapatkan dari perusahaan. Profitabilitas yaitu ukuran yang menentukan keuntungan dari bisnis. Jika keuntungan perusahaan lebih besar dari harga pokok penjualan, atau jika total biaya yang dikeluarkan ditambahkan ke laba, penambahan ini menjadi keuntungan untuk



produk perusahaan. Meidiawati dan Mildawati (2016) Profitabilitas dapat dijadikan sebagai gambaran bagaimana kinerja manajemen diterjemahkan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi laba didapat perusahaan akan menjadi tinggi kepercayaan dari investor kepada perusahaan itu, menyebabkan harga saham terjadi peningkatan yang bermaksud nilai perusahaan juga naik.

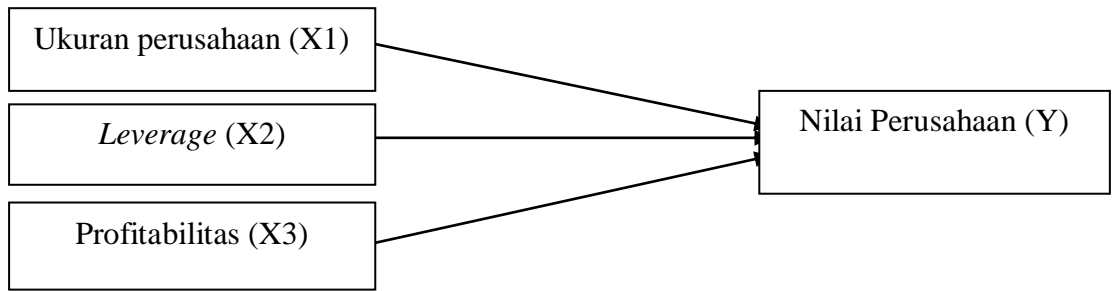
Berdasar dari teori persinyalan, Meningkatnya nilai perusahaan harus didapat dengan memberitahukan tentang informasi keuangan perihal kinerja sebuah perusahaan. Dengan tingginya keuntungan yang diperoleh perusahaan, akan menjadi lebih baik pada kinerja keuangan perusahaan tersebut dan semakin menjanjikan prospek masa depannya. Lebih jauh lagi, pertumbuhan profitabilitas akan mampu meyakinkan investor bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat pengembalian investasi yang tinggi. Hal ini dianggap sebagai sinyal positif oleh investor sehingga mereka termotivasi untuk meningkatkan permintaan perdagangan saham yang berpotensi berpengaruh pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian oleh Astika et al., (2019), Agustin dan Wahyuni (2020) membuahakan hasil pada variabel profitabilitas punya pengaruh positif pada nilai perusahaan. Hipotesis yang ketiga berikut seperti ini:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan



## **2.4 Kerangka Penelitian**

Kerangka konseptual mendefinisikan relevansi antara landasan teori dengan sebuah kajian empiris serta menentukan tingkat pengaruh variabel dalam sebuah penelitian. Maka berdasarkan pengembangan hipotesis diatas, dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut :



**Gambar 2. 1 Kerangka penelitian**

