

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Teori sinyal yang dijelaskan oleh Spence (1973) memberikan isyarat atau sinyal berupa informasi yang berisi kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Secara umum, teori sinyal memberikan pemahaman informasi mengenai informasi pada perusahaan, yang berasal dari manajemen kepada pihak investor, akan menjadi sinyal bagi pasar (Stepani dan Nugroho, 2023). Sinyal ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar dan mempengaruhi adopsinya terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan (Shenurti et al., 2022). Dengan informasi yang lengkap, relevan dan akurat maka investor di pasar modal akan lebih mudah memahami nilai perusahaan mereka.

Menurut Yusri (2020) Teori sinyal mengemukakan bahwa perusahaan dengan kualitas unggul secara sengaja mengirimkan sinyal ke pasar, yang diharapkan dapat membedakan antara perusahaan dengan kualitas baik dan perusahaan dengan kualitas buruk. Apabila suatu sinyal itu baik, maka harus dianggap baik oleh pasar dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan dengan kualitas lebih rendah. Informasi tersebut dianggap sebagai pengumuman sinyal kepada investor untuk mengambil keputusan dalam suatu investasi. Jika pengumuman tersebut berdampak positif, maka pasar akan memberikan respon bahwa telah diterima oleh pasar.

Laporan tahunan adalah data keuangan perusahaan yang berfungsi untuk memberikan informasi perusahaan sebagai sinyal bagi publik diluar perusahaan, terutama investor. Biasanya informasi tersebut berisi mengenai informasi akuntansi, yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan, atau informasi non-akuntansi. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan, baik pihak dalam maupun pihak luar (Widyastuti et al., 2022). Dengan menggunakan teori ini, maka dapat diasumsikan bahwa investor bisa mengetahui dan menarik keputusan yang diambil berkaitan dengan nilai perusahaan.

2.1.1.2 Nilai Perusahaan

Pada umumnya, tujuan perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan tertentu dan strategi yang diharapkan. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan utama perusahaan. Nilai Perusahaan menjadi salah satu acuan dalam mencerminkan seberapa berharga perusahaan di pasar. Bagi investor dan pemegang saham, nilai perusahaan adalah konsep yang penting karena menunjukkan bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan, yang dilihat dari harga sahamnya (Mia Novianti et al., 2023). Nilai Perusahaan dalam pasar dapat dilihat pada beredarnya pasar saham. Investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi apabila nilai pasar saham tersebut tinggi. Apabila nilai perusahaan semakin tinggi, maka kesejahteraan investor akan semakin terjamin dan hal ini yang akan dicari investor dalam berinvestasi.

Nilai Perusahaan juga menjadi kondisi dalam perusahaan sebagai suatu gambaran masyarakat terhadap kinerja perusahaan dari awal proses terbentuknya sampai saat ini. Menurut Astari dan Hartini (2021) Nilai Perusahaan adalah representasi dari cara investor dalam menilai harga saham dan tingkat keberhasilan perusahaan. Apabila harga saham tinggi, maka mencerminkan bahwa nilainya semakin meningkat. Dalam hal itu, perusahaan harus mewujudkan upaya dalam mewujudkan tujuan tersebut dimana perusahaan harus mencakupi kebutuhan dananya agar kinerja perusahaan lebih maksimal.

2.1.1.3 Likuiditas

Menurut Mia Novianti et al (2023) Likuiditas adalah rasio yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya saat jatuh temponya. Oleh karena itu, rasio likuiditas penting bagi operasional perusahaan karena menunjukkan bagaimana aset perusahaan harus digunakan secara lancar untuk menutupi kewajiban jangka pendek. Menurut Noviyana et al (2024) Likuiditas yang rendah dapat menghalangi perusahaan untuk membayar utang jangka pendek tepat waktu, tetapi likuiditas yang berlebihan juga dapat menyebabkan sebagian besar dana perusahaan menganggur dan tidak optimal yang harusnya dana tersebut bisa digunakan untuk investasi jangka panjang yang lebih menguntungkan.

Menurut Ira Martika Winarno (2020) Terdapat dua hasil penilaian terhadap pengukuran rasio likuiditas suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan likuid apabila mampu memenuhi kewajibannya. Namun jika suatu perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut maka dianggap likuid. Risiko likuiditas

dapat dikurangi dengan memperkuat rasio likuiditas. Rasio Likuiditas dapat dihitung dengan metode yaitu *Current Ratio* yang sering digunakan karena paling efektif untuk menunjukkan kondisi keuangan suatu perusahaan.

Menurut Widyastuti et al (2022) Perusahaan dan investor sering menggunakan likuiditas untuk menilai perusahaan mampu atau tidaknya dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dalam penelitian ini, Likuiditas dihitung menggunakan CR, yaitu memiliki fungsi alat ukur bagi investor dalam mempertimbangkan kondisi keuangan perusahaan saat mereka akan membuat keputusan. Menurut Rohmatulloh (2023) *Current Ratio* adalah alat yang digunakan perusahaan untuk menilai kemampuan mereka dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Jika likuiditas tinggi, investor akan lebih percaya untuk memberikan pendanaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan dari perspektif kreditur dan calon investor.

2.1.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham selama periode waktu tertentu (Rachmawati dan Pinem, 2019). Rasio Profitabilitas menunjukkan gambaran manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan maupun pendapatan investasi. Tujuan perusahaan pasti ingin memperoleh laba yang tinggi yang dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memaksimalkan kinerja karyawan dan manajemennya untuk mendapatkan keuntungan maksimal (Rachmawati dan Pinem, 2019).

Menurut Noviyana et al (2024) Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas adalah hasil dari membagi laba dengan modal. Ini juga menunjukkan bagaimana semua utang, aktiva, dan likuiditas mempengaruhi hasil operasi. Semakin tinggi tingkat Profitabilitas maka semakin baik kegiatan operasional perusahaan dalam mengelola sumber dayanya guna menghasilkan suatu keuntungan.

2.1.1.5 *Leverage*

Sebuah Perusahaan membutuhkan modal yang sangat besar yang dimana modal tersebut dapat bersal dari internal maupun eksternal. Modal dapat dilihat oleh perusahaan dan diperlukan untuk mengukur sejauh mana perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjang dan jangka pendeknya. Menurut Rachmawati dan Pinem (2019) *Leverage* dapat digunakan untuk melihat apakah perusahaan tersebut dikatakan sehat atau tidak. Karena *leverage* yang tinggi menimbulkan resiko yang lebih besar, calon investor biasanya takut untuk menanamkan modal dalam perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan berkurang karena kurangnya penanaman modal.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang menjadi alat ukur untuk mengetahui kondisi perusahaan dalam mendanai aset dan kegiatan usahanya dari kewajiban (Stepani dan Nugroho, 2023). Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi, berarti sangat bergantung pada hutang atau kewajiban dalam pendanaannya sebagai operasional. Tetapi, perusahaan yang memiliki *leverage* rendah, berarti perusahaan

membiayai pendanaannya menggunakan aset yang ada dalam perusahaan itu sendiri untuk kegiatan operasionalnya.

Antoniawati dan Purwohandoko (2022) menyatakan bahwa *Leverage* adalah ukuran jumlah dana yang dikeluarkan oleh pemilik perusahaan untuk mendanai aset dan kebutuhan bisnis dibandingkan dengan dana yang diberikan oleh kreditur. Dalam dunia keuangan dan bisnis, *leverage* merujuk pada penggunaan utang atau modal pinjaman untuk meningkatkan keuntungan investasi. Maka dari itu, perusahaan atau individu meminjam uang untuk berinvestasi lebih banyak daripada yang mereka miliki secara langsung dengan harapan bahwa pengembalian investasi akan lebih besar dari biaya utang.

2.1.1.6 Ukuran Perusahaan

Pada umumnya, perusahaan ingin memiliki ukuran perusahaan yang besar. Ukuran perusahaan ini lah yang menjadi nilai untuk menggambarkan besar atau kecilnya nilai dalam perusahaan. Menurut Stepani dan Nugroho (2023) Ukuran perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan pendapatannya, jumlah aset, dan ekuitas yang dimilikinya. Jadi, Ukuran Perusahaan bisa dilihat dari semakin besar total aktiva (pendapatan, aset) maka akan semakin besar ukuran dalam suatu perusahaan, maka ekuitas (modal) yang akan ditanam semakin besar.

Menurut Wardhany et al (2019) menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang baik dapat meyakinkan investor, yang dapat memberikan kepuasan investor untuk menanamkan sahamnya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan adalah salah satu cara untuk mengetahui seberapa besar aset yang

dimiliki perusahaan dalam kemudahan pendanaan. Dana pasar modal dapat memengaruhi proses tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Jika suatu perusahaan memiliki jumlah aset yang besar yang dapat meningkatkan nilainya dari sudut pandang manajemen, akan lebih mudah bagi manajemen untuk memanfaatkan aset perusahaan tersebut. Semakin besar suatu perusahaan, lebih besar kemungkinan investor untuk berinvestasi.

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi dari Penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	Dotulong et al (2023)	Analisis Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Transportasi Di Bursa Efek Indonesia.	Dengan menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, Purposive Sampling, Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda.	Likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
2	Aprianti dan Dermawan (2024)	Pengaruh Profitabilitas , Leverage, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor infrastruktur, transportasi dan utilitas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.	Dengan menggunakan metode kuantitatif, purposive sampling, Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi Eviews11 SV	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor infrastruktur, transportasi dan utilitas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
3	Mia Novianti et al (2023)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Makanan dan Minuman terdaftar di BEI Tahun 2016 – 2020)	Menggunakan metode Pendekatan kuantitatif, menggunakan metode purposive random sampling, Metode untuk menguji hipotesis SEM-PLS	Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
4	Tsalatsiyah et al (2018)	Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Dengan menggunakan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan penelitian assosiatif, Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, Metode analisis regresi data pane	Likuiditas dalam penelitian ini, tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> dalam penelitian ini, tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
5	Stepani dan Nugroho (2023)	Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.	Dengan menggunakan metode kuantitatif, pengambilan sampel, purpose sampling.	Profitabilitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap financial distress. Likuiditas berpengaruh negative dan signifikan terhadap financial distress. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap financial distress. ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap financial distress.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
6	Rachmawati dan Pinem (2019)	Pengaruh Profitabilitas , Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2016-2018)	Dengan Menggunakan metode Kuantitatif, purposive sampling, Analisis data sekunder yang telah diuji dengan Eviews 11.0	Profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan Likuiditas tidak memiliki pengaruh yang terhadap nilai perusahaan Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang terhadap nilai perusahaan
7	Dewi dan Rahyuda (2020)	Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi BEI	Dengan Menggunakan Metode Kuantitatif, Purposive Sampling, metode observasi non partisipan yaitu melalui data laporan keuangan yang dipublikasikan pada website resmi BEI	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh negatif tidak terhadap nilai perusahaan. dan Kebijakan Dividen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	Shenurti et al (2022)	Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity	Dengan Menggunakan Metode Kuantitatif,	<i>Return on Assets</i> tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan, <i>Return on Equity</i> tidak

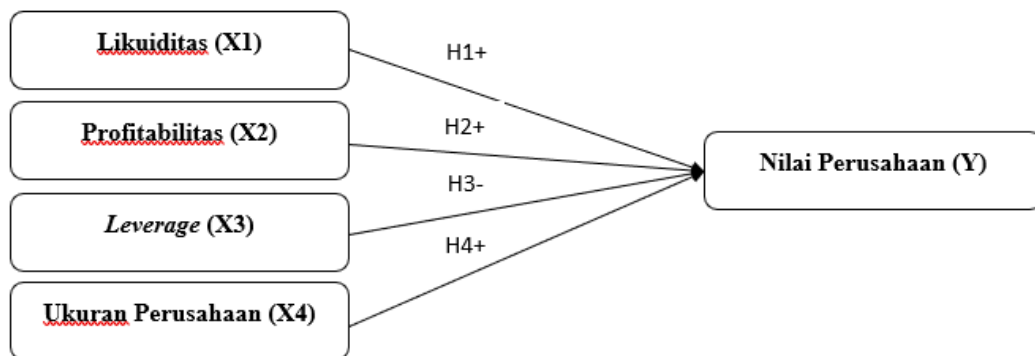
No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
		(ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur.	Purposive Sampling.	signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	Widyastuti et al (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.	Dengan Menggunakan Metode Kuantitatif, Purposive Sampling, Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
10	Widyastuti et al (2022)	Pengaruh likuiditas, leverage, ukuran perusahaan,	Dengan Menggunakan Metode Kuantitatif, Sumber	Likuiditas (<i>current ratio</i>) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan,

No	Nama Peneliti dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
		dan profitabilitas melalui kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi	Sekunder, Purposive Sampling, Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dan uji sobel untuk mengetahui efek mediasi.	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (<i>return on asset</i>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan Dividen (<i>dividend payout ratio</i>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, variabel independen penelitian ini adalah Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Hubungan variabel tersebut digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 merupakan bagian yang harus diteliti dalam penelitian ini, dengan mencari tahu apakah variabel independen berpengaruh dengan variabel dependen. Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Pengertian Likuiditas itu sendiri yaitu suatu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aset yang dimilikinya. Nilai Perusahaan sangat dipengaruhi aset yang dimiliki perusahaan untuk menjadi tabungan dalam hutang jangka pendeknya. Apabila likuiditas tinggi, maka memungkinkan perusahaan dalam menghadapi masalah keuangan, seperti

kenaikan biaya. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan diminati para investor, yang mengakibatkan harga saham akan naik karena permintaan investor meningkat (Ira Winarno, 2020). Dengan peningkatan likuiditas, perusahaan dapat mengatasi semua utang jangka pendeknya dengan baik dan pihak manajemen dapat menggunakan peningkatan likuiditas ini sebagai sinyal bahwa akan memberikan informasi yang menarik investor untuk melakukan investasi dalam perusahaan.

Sebagai investor, likuiditas sangat menjadi pertimbangan untuk berinvestasi suatu perusahaan. Investor akan berfikir dua kali sebelum menanamkan modalnya dengan melihat rasio likuiditas yang rendah dan kewajiban yang tinggi. Rendahnya rasio likuiditas, kemungkinan perusahaan tersebut adanya keterbatasan pada penggunaan sumberdaya, seperti pembelian aset tetap yang tidak likuid yang dapat membatasi resiko keuangan perusahaan untuk berinvestasi dalam peluang yang lebih menguntungkan. Mengacu penelitian dari Dotulong et al (2023) serta Mia Novianti et al (2023) mengutarakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio Profitabilitas yaitu indikator yang digunakan perusahaan untuk menentukan seberapa efektif mereka dalam menghasilkan keuntungan atau laba penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Dalam hal ini, Nilai Perusahaan sangat dipengaruhi dalam menentukan besar atau kecilnya finansial yang dihasilkan perusahaan, karena semakin baik profitabilitas perusahaan, maka

nilai perusahaan akan baik di masa depan. Profitabilitas adalah rasio yang baik dan sangat diperlukan investor untuk menunjukkan prospek kerja perusahaan, yang akan menarik investor dalam menginvestasikan suatu perusahaan, sehingga dapat berpengaruh dalam peningkatan harga saham (Priyatama dan Pratini, 2021).

Dalam teori sinyal, profitabilitas yang tinggi menunjukkan perusahaan tersebut menguntungkan, kemudian dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan nilai perusahaan meningkat (Rohmatulloh, 2023). Oleh karena itu, agar sinyal positif tercapai maka manajemen perusahaan harus mencapai tujuan dan menghasilkan laba yang diharapkan. Mengacu penelitian dari Widyastuti et al (2022) serta Rachmawati dan Pinem (2019) mengutarakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam pandangan investor, Rasio *Leverage* yaitu kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh utang di masa depan, yang dapat diterima oleh pasar dengan tanggapan positif. Selain itu, Rasio *Leverage* digunakan untuk mengukur besaran dampak dari utang tersebut terhadap suatu perusahaan. *Leverage* dianggap sebagai sinyal, dalam teori sinyal yang membandingkan kondisi utang dengan ekuitas perusahaan (Widyastuti et al., 2022). Apabila nilai *leverage* tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut sering menggunakan hutang untuk membiayai aset dan operasionalnya. Dengan sering

menggunakan hutang, menyebabkan perusahaan susah dalam menghasilkan laba, yang berdampak pada pendapatannya.

Menurut Antoniawati dan Purwohandoko (2022) ketika pembiayaan perusahaan didominasi oleh hutang, kemungkinan mengalami kesulitan keuangan juga meningkat. Apabila hal ini sering terjadi, maka akan mempengaruhi Nilai Perusahaan menjadi turun, karena jumlah hutang tinggi, maka akan membuat perusahaan lebih terbebani untuk membayar pokok dan bunga. Ketika tingkat laba perusahaan menurun, maka laba tersebut digunakan dalam pembayaran utang dan bunga yang dimana akan berdampak kepada investor ketika menginvestasikan saham. Sehingga minat investor akan menurun dan begitupun dengan nilai perusahaan. Mengacu penelitian Aprianti dan Dermawan (2024) serta Dewi dan Rahyuda (2020) mengutarakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya suatu perusahaan dalam memperoleh modal dan utang dengan membandingkan aset yang dimiliki. Nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan yang mengacu aset yg dimiliki perusahaan. Apabila Ukuran Perusahaan dari aset yang dimilikinya besar, maka akan semakin mudah untuk meningkatkan penjualan ke dalam pasar modal, sehingga nilai perusahaan dianggap tinggi dipandangan investor. Perusahaan yang nilai asetnya besar cenderung memiliki keuntungan yang stabil, dimana investor akan berinvestasi dan membeli saham perusahaan,

sehingga saham tersebut akan naik dan meningkatkan nilai perusahaan (Widyastuti et al., 2022).

Selain itu, Ukuran Perusahaan yang besar dapat menumbuhkan kepercayaan investor karena mudah untuk mendapatkan dana tambahan saat ekonomi sedang mengalami krisis. Menurut Rohmatulloh (2023) dalam teori sinyal, ketika ukuran perusahaan besar dan tingkat pinjaman (utang) tinggi, maka dapat memberikan sinyal kepada investor dimana mendapatkan respon positif untuk memberikan jaminan dalam membayar pinjaman dan hal tersebut tidak akan menjadikan keraguan kepada investor untuk berinvestasi. Mengacu penelitian Rohmatulloh (2023) serta Widyastuti et al (2022) mengutarakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan