

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Brigham & Houston (2019:500) mengungkapkan bahwa teori sinyal (*signalling theory*) merupakan konsep yang menjelaskan proses komunikasi antara manajemen perusahaan dan investor, di mana manajemen menyampaikan informasi mengenai prospek dan kinerja perusahaan berdasarkan sudut pandang serta penilaian internal mereka. Informasi yang disampaikan ini bertujuan untuk memberikan sinyal positif kepada pasar, khususnya kepada investor, guna mencerminkan kondisi fundamental perusahaan dan memengaruhi persepsi serta pengambilan keputusan investasi.

Teori sinyal menjelaskan bahwa pelaporan keuangan yang dilakukan oleh emiten berfungsi sebagai sinyal yang dapat memengaruhi nilai saham perusahaan. Informasi yang disampaikan melalui sinyal tersebut memungkinkan investor untuk melakukan analisis dan estimasi yang lebih akurat dalam pengambilan keputusan investasinya (Nabilah *et al.*, 2023). Menurut Agustin Ekadjaja, (2021) *signaling theory* juga menjelaskan mengapa perusahaan harus mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi berupa laporan keuangan perusahaan kepada pihak luar. Perusahaan memiliki insentif untuk menyampaikan informasi kepada pihak eksternal guna mengatasi asimetri informasi, karena perusahaan mengetahui lebih banyak tentang kondisi dan prospek usahanya dibandingkan pihak luar. Kurangnya informasi dapat menyebabkan pihak eksternal memberikan penilaian rendah yang

berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Untuk mengurangi ketidakseimbangan ini, perusahaan dapat memberikan sinyal melalui penyampaian informasi yang relevan.

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kecenderungan untuk secara sukarela mengungkapkan informasi kepada pasar modal sebagai bentuk komunikasi strategis guna menarik minat investor dalam mengalokasikan dananya. Dalam konteks ini, manajemen perusahaan berupaya memberikan sinyal positif melalui penyajian laporan keuangan yang transparan, akurat, dan sesuai dengan standar pelaporan yang berlaku. Penyampaian informasi yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham, memperkuat persepsi positif terhadap kinerja perusahaan, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai saham di pasar (Khasanah & Suwarti, 2022).

Menurut Choirul Iman *et al*, (2021) Sebagai konsekuensi dari sinyal waktu yang lebih akurat, investor terdorong untuk melakukan pembelian saham dalam jumlah besar, yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan harga saham saat ini. Penggunaan teori sinyal dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa profitabilitas dan likuiditas mampu memberikan sinyal kepada para pemangku kepentingan mengenai potensi peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Sinyal tersebut berfungsi sebagai indikator bagi pemegang saham dalam mengambil keputusan untuk membeli atau menjual saham, yang pada gilirannya memengaruhi pergerakan harga saham di pasar.

Teori sinyal (*signalling theory*) menekankan pentingnya komunikasi informasi antara manajemen perusahaan dan investor sebagai upaya untuk

mengatasi asimetri informasi. Informasi yang disampaikan, terutama melalui laporan keuangan dan pengumuman publik, berfungsi sebagai sinyal mengenai kondisi fundamental serta prospek perusahaan di masa depan. Sinyal ini memungkinkan investor untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara lebih akurat dan membuat keputusan investasi yang tepat. Perusahaan yang secara sukarela menyampaikan informasi secara transparan dan tepat waktu akan membangun kepercayaan pasar serta mendorong respons positif dari investor, yang nantinya akan berdampak positif pada peningkatan harga dan nilai saham. Dengan demikian, profitabilitas dan likuiditas perusahaan yang disampaikan melalui sinyal yang kuat dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi persepsi investor dan menentukan arah pergerakan nilai perusahaan di pasar modal.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah konsep yang esensial untuk para pemegang saham maupun investor, karena berfungsi sebagai indikator dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan secara menyeluruh, yang tercermin melalui harga saham di pasar. Nilai ini mencerminkan bagaimana persepsi pasar terhadap kondisi dan potensi perusahaan secara komprehensif. Tingginya harga pasar saham di suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula minat investor untuk menanamkan modalnya, karena hal tersebut menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Choirul Iman *et al*, 2021).

Salah satu tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada profit adalah mencapai nilai perusahaan yang optimal. Nilai perusahaan yang optimal mencerminkan kondisi keuangan dan operasional yang sehat, serta menunjukkan

seberapa besar perusahaan mampu menciptakan nilai tambah bagi para pemegang saham. Nilai ini dapat diindikasikan melalui besarnya investasi yang berhasil dihimpun, tingkat profitabilitas yang konsisten, serta pembagian dividen yang proporsional kepada pemegang saham. Selain itu, nilai perusahaan juga dapat dilihat dari harga saham perusahaan (Inayah, 2022).

Harga saham merupakan cerminan nilai wajar suatu saham yang terbentuk melalui interaksi antara permintaan maupun penawaran di pasar modal. Nilai ini menjadi indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan pada suatu waktu tertentu. Selain itu, harga saham juga bersifat informatif karena mudah diakses dan diukur secara langsung dari pergerakan pasar. Ketika pasar sedang berlangsung, harga saham menunjukkan nilai transaksional saat itu, sedangkan dalam kondisi pasar telah ditutup, harga saham biasanya merujuk pada harga penutupan yang menjadi acuan dalam evaluasi dan analisis investasi berikutnya (Jeynes & Budiman, 2024).

Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran yang dilakukan oleh para investor di pasar modal. Oleh karena itu, harga saham dapat dijadikan sebagai acuan dalam menilai nilai suatu perusahaan. Bagi perusahaan yang tercatat di bursa efek, harga saham yang diperdagangkan mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sendiri merefleksikan kondisi aktual perusahaan dan salah satu indikator utamanya adalah harga saham. Konsekuensinya, fluktuasi harga saham akan memberikan dampak langsung terhadap persepsi dan posisi perusahaan di mata publik. Bagi calon investor, harga saham menjadi salah satu indikator penting yang harus

dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya (Inayah, 2022).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan proksi *Price to Book Value* (PBV) dalam indikatornya. PBV merupakan pengukuran yang stabil dan dapat digunakan secara luas oleh perusahaan. Nilai PBV yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang tinggi juga, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan pemegang saham untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Yanti & Darmayanti, 2019). Menurut Agustin Ekadjaja, (2021) nilai perusahaan dengan penilaian rasio *Price to Book Value* (PBV) dilakukan dengan membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham.

Menurut Sutrismi *et al.*, (2023) *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu metode analisis fundamental yang digunakan untuk mengevaluasi kewajaran harga suatu saham dengan membandingkan nilai pasar saham terhadap nilai bukunya. Melalui pendekatan ini, investor dapat mengidentifikasi apakah saham tersebut berada dalam kondisi *undervalued*, *fairvalued*, atau *overvalued* sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi. Perhitungan PBV memerlukan data keuangan perusahaan yang umumnya diperoleh dari laporan tahunan, seperti informasi mengenai ekuitas, jumlah saham yang beredar, serta harga penutupan saham. Metode PBV dihitung dengan membagi harga pasar saham dengan nilai buku per saham. Karena kesederhanaan dan keterbukaan datanya,

metode ini banyak digunakan oleh investor sebagai dasar pertimbangan dalam menilai kelayakan suatu saham untuk dijadikan instrumen investasi.

Upaya memaksimalkan nilai perusahaan mencerminkan orientasi pengelolaan bisnis yang berfokus pada kepentingan para pemegang saham. Dalam konteks pasar yang efisien yakni pasar yang mencerminkan harga saham secara tepat berdasarkan informasi yang tersedia harga saham dipandang sebagai estimasi yang tidak bias terhadap nilai perusahaan yang sebenarnya (Buono Aji Santoso, 2022). Menurut Wildan *et al.*, (2024) nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dari perusahaan. Beberapa faktor tersebut diantaranya profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu (Apriantini & Novitasari, 2022). Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, baik melalui aktivitas penjualan maupun dari hasil investasi. Indikator ini berperan penting dalam menilai nilai dan kinerja perusahaan, karena mencerminkan tingkat efisiensi dan efektivitas operasional yang telah dicapai. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin tinggi pula nilai serta kinerja perusahaan secara keseluruhan (Wahyuningrum & Sunarto, 2023).

Rasio profitabilitas merupakan seperangkat indikator keuangan yang mencerminkan hasil kinerja operasional perusahaan sebagai hasil dari interaksi antara tingkat likuiditas, efisiensi pengelolaan aset, dan struktur pembiayaan melalui utang. Ketika laba sebelum bunga dan pajak meningkat sementara total aset

mengalami penurunan, maka *Return on Assets* (ROA) akan menunjukkan peningkatan. Semakin tingginya nilai ROA, maka semakin tinggi pula tingkat keuntungan yang berhasil dicapai oleh perusahaan (Khasanah & Suwarti, 2022). Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). ROA merupakan rasio yang menunjukkan return atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Choirul Iman, *et al*, 2021). ROA digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari total aset yang dimiliki perusahaan.

2.1.4 Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan mengubah aktiva menjadi kas. Aspek ini memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran operasional perusahaan, karena mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi liabilitas yang segera jatuh tempo. Oleh karena itu, likuiditas kerap dijadikan sebagai indikator oleh manajemen maupun investor dalam menilai kesehatan keuangan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya (Apriantini & Novitasari, 2022).

Menurut Bueno Aji Santoso, (2022) rasio likuiditas terdiri atas rasio *current ratio* (CR) dan *cash ratio* (CAR). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang lebih baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Likuiditas yang memadai akan memberikan kondisi keuangan yang sehat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan laba. Efektivitas tersebut kemudian berkontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini likuiditas diproksikan dengan menggunakan *current ratio* (CR). *Current ratio* (rasio lancar) merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo, dengan memanfaatkan total aset lancar yang dimilikinya. Rasio ini mencerminkan sejauh mana aset lancar perusahaan mencukupi untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang harus segera dilunasi (Choirul Iman *et al*, 2021).

2.1.5 Leverage

Leverage merupakan indikator yang menggambarkan perbandingan antara pembiayaan yang bersumber dari ekuitas pemilik dan utang yang diperoleh dari pihak eksternal. Rasio ini dipergunakan untuk menilai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan eksternal dalam pembiayaan asetnya. Peningkatan jumlah utang dapat berdampak terhadap penurunan laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham (Wildan *et al.*, 2024).

Menurut Viriany (2020) *leverage* merupakan strategi pembiayaan yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan utang guna mendukung kegiatan operasional dan ekspansi bisnis. Utang tersebut dapat berasal dari lembaga keuangan seperti bank maupun sumber pembiayaan eksternal lainnya. Meskipun leverage dapat memberikan keuntungan dalam bentuk peningkatan kapasitas modal, penggunaan utang yang berlebihan berisiko menurunkan profitabilitas perusahaan dan mencerminkan kondisi keuangan yang kurang stabil.

Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai proksi dari niali perusahaan dikarenakan mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban dengan modal yang mereka miliki. *Debt to*

Equity Ratio menjelaskan bagaimana perusahaan dalam mengelola aktiva dan seberapa besar bagian dari aktiva tersebut yang didanai oleh utang. Selain itu, DER pada umumnya juga digunakan dalam laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Aryadita *et al.*, (2024) di dalam penelitiannya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi hal ini membuktikan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak adanya pengaruh terhadap nilai perusahaan pada variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen. Hasil penelitian ini pula menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Nur utami dan Widati (2022) yang meneliti profitabilitas dengan proksi *Ratio on Asset* (ROA) dengan hasil tidak adanya pengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) dengan hasil berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan manajerial yang diukur dengan MOWN berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Agustin Ekadjaja (2021) tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan membuktikan bahwa bahwa profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti yang konkrit mengenai pengaruh profitabilitas,

likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2017.

Beberapa penelitian tersebut dapat diringkas pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aryadita <i>et al.</i> (2024)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i> - Kebijakan Dividen	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan ditolak atau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2.	Nur Utami dan Widati (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Kepemilikan Manajerial	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap

		terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - Kepemilikan manajerial	nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan - Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3.	Ekadjaja dan Dewi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - Ukuran Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4.	Viriany dan Tommy (2020)	Pengaruh Profitabilias, Likuiditas, Leverage, Ukuran	Variable Dependen: Nilai Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap

		Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - Leverage - Ukuran Perusahaan - Kebijakan Dividen	nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - Kebijakan dividen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
5.	Wildan, Munira, dan Astuti (2024)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	- Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

		terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: - Likuiditas - <i>Leverage</i> - Profitabilitas	nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
6.	Priyatama dan Pratini (2021)		Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Struktur Modal - Profitabilitas - Likuiditas - Ukuran Perusahaan	- Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan - Ukuran Perusahaan berpengaruh

				negatif terhadap nilai perusahaan
7.	Yanti dan Darmayanti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - Struktur Modal - Likuiditas	- Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
8.	Santoso dan Junaeni (2022)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan,	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap

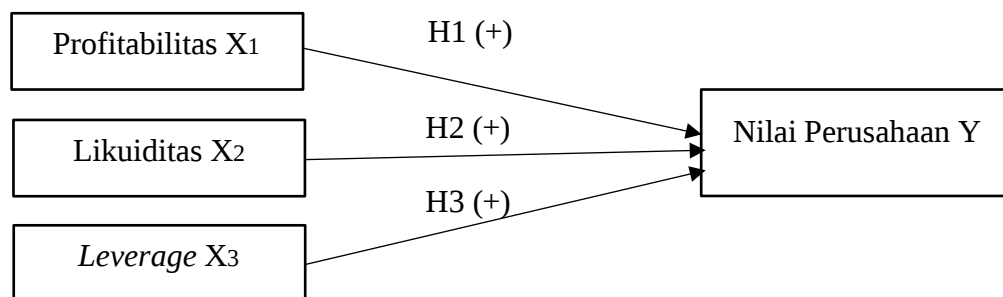
		Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - Likuiditas - Pertumbuhan Perusahaan	nilai perusahaan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
9.	Natalie dan Lisiantara (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

				nilai perusahaan - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
10.	Apriantini, Widhiastuti, dan Novitasari (2022)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Likuiditas - Kepemilikan Manajerial - Ukuran Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

				- Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir ini akan membahas tentang pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan yang akan diuraikan sebagai berikut:



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Laba merupakan keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Salah satu rasio profitabilitas yang menarik perhatian investor adalah *Return On Assets* (ROA). ROA merupakan pengukuran

kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah asset seluruh perusahaan (Nuswandari *et al.*, 2019).

Berdasarkan penelitian Aryadita (2024) dan Agustin Ekadjaja (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dimana artinya profitabilitas berbanding lurus dengan nilai perusahaan, semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan adanya kinerja perusahaan yang baik dan kondisi perusahaan yang menjanjikan di masa yang akan datang. Meningkatnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingginya profitabilitas suatu perusahaan yang mana nantinya akan mudah mendapatkan kepercayaan dari investor (Nur utami & Widati, 2022).

Berdasarkan teori sinyal, apabila perusahaan memiliki informasi yang baik maka akan memberi sinyal baik (*good news*) sehingga para investor dapat tertarik untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran profitabilitas tinggi, maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan semakin tinggi juga (Nur utami & Widati, 2022).

H1: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Nur utami dan Widati (2022) likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar atau memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas dengan penelitian *Current Ratio* (CR) dapat mengetahui kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan

aset lancar yang dimiliki perusahaan (Agustin Ekadjaja, 2021). *Current Ratio* (CR) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan (proteksi) dalam menghadapi masalah likuiditas (memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek)-nya (Ramadhany dan Suwaidi, 2021).

Berdasarkan penelitian Viriany (2020) dan Wildan *et al* (2024) menjelaskan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan dengan tingkat likuiditas yang tinggi yang nantinya akan membuat perusahaan mampu menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya tepat waktu dan menunjukkan kualitas perusahaan yang lebih baik di mata investor dan kreditur. Peningkatan rasio likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Variabel ini selaras dengan teori sinyal, dalam teori sinyal likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Kondisi ini dapat menjadi sinyal positif bagi manajemen untuk menarik minat investor agar berinvestasi di perusahaan tersebut. Semakin besar rasio likuiditas, semakin baik pula reputasi perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan.

H2: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat dipahami oleh investor sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban di masa depan, sehingga menimbulkan

respons positif dari pasar (Apriantini dan Novitasari, 2022). Indikator yang digunakan dalam mengukur leverage yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar modal sendiri yang digunakan sebagai dasar atas pinjaman yang diperoleh perusahaan. Pinjaman tersebut berupa utang yang diambil dari lembaga atau organisasi lain dalam upaya menambah modal perusahaan (Khasanah dan Suwarti, 2022).

Berdasarkan penelitian Aryadita (2024) dan Viriany (2020) menjelaskan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa proporsi besar atau kecilnya utang yang dimiliki perusahaan akan menjadi pandangan bagi para investor. Investor akan menilai sejauh mana manajemen perusahaan mampu mengelola dana eksternal tersebut secara efektif dan efisien untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan tetap sejalan dengan teori sinyal. Ketika tingkat utang perusahaan terlalu tinggi tanpa disertai perbaikan kinerja, *leverage* dapat memberikan sinyal negatif kepada pasar. Situasi ini dapat mencerminkan adanya permasalahan keuangan, ketidakefisienan dalam pengelolaan modal, serta meningkatnya risiko kebangkrutan. Akibatnya, kepercayaan investor menurun, yang kemudian berdampak pada penurunan harga saham dan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2019).

H3: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan