

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pedoman guna dasar-dasar teoritis, studi sebelumnya, kerangka kerja, dan hipotesis pengembangan disediakan dalam bab ini:

2.1 Landasan Teori

Landasan teoritis studi ini berkisar pada hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dengan profitabilitas dan liabilitas sebagai variabel *intervening*. Teori sinyal yakni salah satu teori yang sering diterapkan dalam situasi ini.

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*Signaling Theory*) dikembangkan oleh Spence (1973) dan menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang memiliki informasi lebih lengkap (informasi internal) berusaha menyampaikan sinyal kepada pihak eksternal (informasi eksternal) untuk mengurangi asimetri informasi. Dalam konteks perusahaan, manajer sebagai pemberi sinyal memiliki akses terhadap informasi internal yang tidak sepenuhnya diketahui oleh investor maupun kreditur. Asimetri informasi ini menimbulkan ketidakpastian dan risiko bagi investor, sehingga manajer harus memberikan sinyal yang akurat dan kredibel agar dapat meningkatkan keyakinan investor terhadap perusahaan. Sinyal yang diberikan oleh manajer dapat berupa laporan keuangan, kebijakan strategis, serta indikator lainnya yang mencerminkan kinerja dan prospek perusahaan (Ross, 1977). Pentingnya kredibilitas sinyal menjadi fokus utama, karena apabila sinyal dianggap tidak akurat atau manipulatif, maka hal tersebut akan menurunkan

kepercayaan investor dan justru memperburuk asimetri informasi (Connelly et al., 2011).

Teori sinyal memiliki tiga prinsip utama. Pertama, sinyal harus terlihat dan memungkinkan pihak pengirim untuk menyesuaikannya (Bafera & Kleinert, 2023). Kedua, terdapat hubungan terbalik antara kualitas pemberi sinyal dengan biaya yang dikeluarkan—artinya, semakin tinggi kualitas pemberi sinyal, semakin rendah biaya yang diperlukan untuk menyampaikan sinyal yang dipercaya oleh penerima (Bafera & Kleinert, 2023). Ketiga, seiring waktu, pihak yang awalnya berperan sebagai pemberi sinyal mungkin tidak lagi memiliki fungsi tersebut, sementara pihak penerima sinyal akan memperoleh pengalaman dan data tambahan sehingga mampu menilai serta memverifikasi sinyal yang diterima (Bafera & Kleinert, 2023).

Dalam hubungannya dengan nilai perusahaan, teori sinyal menekankan bahwa perusahaan yang mampu memberikan sinyal positif dan kredibel akan memperoleh respons positif dari pasar. Nilai perusahaan, yang tercermin dalam harga saham dan kinerja keuangan, akan meningkat apabila investor meyakini bahwa informasi yang disampaikan mencerminkan prospek yang baik dan stabil (Brigham & Houston, 2019). Hal ini terjadi karena sinyal yang kuat dapat menunjukkan stabilitas keuangan perusahaan, prospek pertumbuhan yang baik, serta strategi manajemen yang solid. Semakin baik sinyal yang diberikan, semakin rendah ketidakpastian yang dirasakan investor, sehingga mendorong peningkatan kepercayaan dan nilai perusahaan (Chen & Steiner, 1999).

Selain itu, ukuran perusahaan juga memiliki peranan penting dalam konteks teori sinyal. Ukuran perusahaan sering dianggap sebagai salah satu sinyal penting yang dilihat oleh investor dalam mengevaluasi nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya diasosiasikan dengan kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi ekonomi, akses yang lebih luas terhadap pendanaan, dan reputasi yang lebih mapan. Perusahaan besar juga menunjukkan kapasitas operasional yang lebih stabil dan kemungkinan diversifikasi yang lebih baik (Titman & Wessels, 1988). Oleh karena itu, ukuran perusahaan menjadi sinyal yang signifikan bagi investor untuk menilai kekuatan dan daya tahan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Secara keseluruhan, teori sinyal menekankan pentingnya perusahaan dalam mengungkapkan informasi yang akurat, relevan, dan kredibel kepada pasar. Pengungkapan ukuran perusahaan serta informasi strategis lainnya menjadi elemen penting dalam memperkuat sinyal yang diberikan manajemen kepada investor. Dengan demikian, sinyal yang kuat dan kredibel akan membantu mengurangi asimetri informasi, meningkatkan transparansi, dan mendorong kepercayaan investor. Pada akhirnya, hal ini akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Zahid et al., 2022).

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menggambarkan sejauh mana kepercayaan masyarakat dan investor terhadap suatu perusahaan, yang tercermin dari kinerja serta prospek masa depannya dan biasanya terlihat dari harga sahamnya. Menurut Gunardi et al. (2022), nilai perusahaan terbentuk dari kepercayaan yang diperoleh melalui aktivitas operasional perusahaan sejak awal berdiri. (Beno et al., 2022) menambahkan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek yang meyakinkan bagi investor, yang kemudian berdampak positif pada kemakmuran pemegang saham melalui kenaikan harga saham.

Santoso (2015) menjelaskan bahwa nilai perusahaan dapat diukur menggunakan indikator pasar seperti *Price to Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER), yang mencerminkan bagaimana pasar menilai aset dan laba perusahaan. Selain itu, Brigham dan Houston (2019) menekankan bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula keuntungan yang dapat dirasakan oleh pemegang saham karena pasar memiliki keyakinan terhadap masa depan perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi tolok ukur penting dalam menilai keberhasilan serta daya tarik investasi suatu perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mengacu pada skala atau besarnya suatu perusahaan yang biasanya diukur melalui total aset, total penjualan, nilai ekuitas, atau kapitalisasi pasar. Hartono (2012) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan nilai logaritma dari total aset. Kurniasih (2012)

menjelaskan bahwa ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai aspek seperti jumlah aktiva, penjualan, dan jumlah karyawan.

Menurut Riyanto (2011), ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan nilai ekuitas, penjualan, atau aset yang dimiliki. Brigham dan Houston (2010) juga menambahkan bahwa ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan total pendapatan, aset, dan ekuitas. Selain itu, Machfoedz (1994) dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 membagi perusahaan menjadi kategori besar, menengah, dan kecil berdasarkan total aset dan penjualan tahunan. Ukuran perusahaan menjadi penting karena perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki kemampuan lebih baik dalam mengakses pembiayaan dan menghadapi tantangan bisnis.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba dari penggunaan seluruh sumber daya dan modal yang dimilikinya dalam kegiatan operasional. Sutrisno (2009) menyatakan bahwa profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan modal yang tersedia. Selain itu, Sofyan Syafri Harahap (2009) menjelaskan bahwa profitabilitas menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba melalui berbagai aset seperti penjualan, kas, modal, dan tenaga kerja. Brigham dan Houston (2009) menambahkan bahwa profitabilitas adalah hasil akhir dari berbagai keputusan dan kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan, yang mencerminkan keberhasilan dalam mengelola bisnis. Oleh karena itu, profitabilitas tidak hanya menjadi ukuran

keuntungan semata, tetapi juga menjadi indikator kesehatan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh investor dan pihak terkait karena menunjukkan performa yang kuat dan potensi pertumbuhan yang baik.

2.1.5 Liabilitas

Liabilitas menurut para ahli merupakan kewajiban atau utang yang harus dipenuhi oleh suatu entitas sebagai akibat dari transaksi atau peristiwa yang telah terjadi, sehingga perusahaan diwajibkan untuk menyerahkan sumber daya ekonomi di masa mendatang. Martani et al. (2012) dalam Bimantara (2019) mengemukakan bahwa liabilitas adalah utang yang timbul dari peristiwa sebelumnya dan mengakibatkan keluarnya arus kas atau penggunaan sumber daya ekonomi untuk pelunasannya. Rubiah (2012) menambahkan bahwa liabilitas merupakan kewajiban saat ini yang muncul dari transaksi masa lalu dan harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Selain itu, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) mendefinisikan liabilitas sebagai kewajiban sekarang yang mengharuskan entitas mengalihkan sumber daya ekonomi akibat peristiwa masa lalu, termasuk berbagai bentuk utang seperti utang dagang, pinjaman, dan obligasi. Oleh karena itu, liabilitas menjadi komponen penting dalam laporan keuangan karena menunjukkan tanggung jawab perusahaan yang harus dipenuhi serta memberikan gambaran tentang kondisi keuangan dan kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Pemahaman yang

mendalam mengenai liabilitas sangat penting bagi manajemen dan investor dalam membuat keputusan yang tepat terkait pengelolaan risiko dan strategi pembiayaan perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan liabilitas terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian oleh (Khoirunnisa, 2022) yang meneliti perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016–2020 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Meskipun demikian, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap liabilitas yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) terbukti meningkatkan nilai perusahaan, sementara DER justru menurunkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa profitabilitas dan DER tidak mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Yanti & Darmayanti, 2019) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2013–2017. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

(Khairunnisa, Mismiwati & Shalihah 2020) melakukan penelitian pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode 2016–2018. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa DER berpengaruh positif dan signifikan

terhadap ROE, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan. DER dan ukuran perusahaan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan serta mampu memediasi secara parsial pengaruh DER dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh (Farizki et al., 2021) yang meneliti perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015–2019 menemukan bahwa likuiditas, ukuran perusahaan, dan struktur aset berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, profitabilitas dan *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Setiawan et al. (2021) melakukan penelitian pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI selama periode 2017–2019. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa struktur modal, perputaran modal kerja, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan, meskipun sebagian variasi nilai perusahaan masih dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 2. 1
Ringkasan Studi Terdahulu

No	Peneliti	Objek	Variabel	Hasil
1	Ria Khoirunnisa (2022)	<i>Finance</i> di BEI 2016-2020	<i>Firm size</i> , nilai perusahaan, profitabilitas, liabilitas.	Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh langsung pada nilai perusahaan,

				meskipun berpengaruh positif pada liabilitas (DER). Sementara itu, profitabilitas (ROE) meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan DER justru menurunkannya. Profitabilitas dan DER juga tidak mampu menjadi perantara antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Artinya, ukuran perusahaan sendiri bukan penentu nilai perusahaan di sektor keuangan.
2	Yanti dan Darmayanti (2019)	Manufaktur di BEI 2013-2017	<i>Firm size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , nilai perusahaan	Penelitian ini menemukan bahwa <i>firm size</i> dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> tidak signifikan.
3	Indah Khairunnisa, Mismiwati, Bunga Mar'atush Shalihah (2020)	Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2016–2018	DER, <i>firm size</i> , ROE, nilai perusahaan	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Return On Equity</i>, sedangkan <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh signifikan. <i>Debt to Equity Ratio</i> dan <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan,

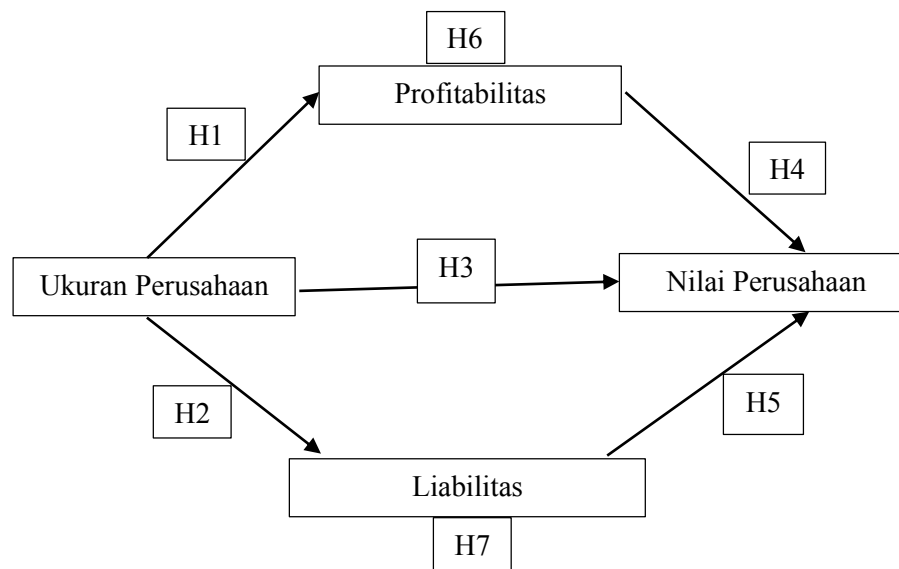
				sementara <i>Return On Equity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan serta memediasi secara parsial pengaruh DER dan <i>Firm Size</i> terhadap nilai perusahaan.
4	Farizki et al (2021)	Pertambangan di BEI 2015-2019	Profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>firm size</i> , nilai perusahaan	Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa likuiditas, ukuran perusahaan, dan struktur aset berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Setiawan et al. (2021)	Perbankan di BEI 2017-2019	Profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>firm size</i> , nilai perusahaan	Penelitian ini menyimpulkan bahwa struktur modal, perputaran modal kerja, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

2.3 Kerangka Pemikiran

Konflik kepentingan antara prinsipal dan agen yang muncul akibat asimetri informasi dapat berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Namun, teori sinyal (*signaling theory*) menawarkan sudut pandang berbeda dengan menekankan pentingnya manajemen dalam menyampaikan informasi positif kepada pasar untuk meminimalkan asimetri informasi tersebut. Salah satu sinyal positif yang dapat diberikan perusahaan adalah melalui kinerja keuangan yang baik, yang tercermin dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan sinyal positif tentang keberlangsungan dan prospek masa depan perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Lebih lanjut, ukuran perusahaan juga berperan penting dalam memberikan sinyal kepada pasar. Perusahaan yang berukuran besar cenderung dianggap lebih stabil, kredibel, dan memiliki kemampuan lebih baik dalam menghadapi risiko bisnis. Dengan demikian, ukuran perusahaan memengaruhi bagaimana pasar menerima dan merespons sinyal yang diberikan, termasuk sinyal melalui profitabilitas maupun struktur liabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan ukuran perusahaan sebagai faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui profitabilitas dan liabilitas, dengan berlandaskan pada teori sinyal.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

Dalam pengembangan hipotesis dijelaskan argumen logis pengembangan hipotesis, teori yang mendukung pengembangan hipotesis dan studi terdahulu yang mendukung hipotesis.

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Ukuran Perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, volume penjualan, atau faktor lain yang mencerminkan kemampuan operasional perusahaan (Simbolon dkk, 2019). Ukuran perusahaan yang besar umumnya memiliki profitabilitas yang lebih tinggi karena adanya efisiensi skala, stabilitas keuangan, dan akses pendanaan yang lebih mudah, meskipun perusahaan besar juga menghadapi tantangan seperti kompleksitas manajemen dan potensi konflik kepentingan. Dari sisi teori, pengaruh positif ukuran perusahaan ini dapat dijelaskan melalui teori sinyal

(*signaling theory*), yang menyatakan bahwa perusahaan besar memberikan sinyal positif kepada investor dan kreditur mengenai stabilitas dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Investor dan kreditur akan lebih percaya kepada perusahaan besar karena dinilai memiliki risiko kebangkrutan yang lebih rendah, sehingga perusahaan besar lebih mudah memperoleh modal yang dapat digunakan untuk meningkatkan profitabilitas (Simbolon dkk, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Mawarni & Kholis, 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Pernyataan yang sama juga ditunjukkan oleh Gunawan (2020) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H₁: *Ukuran perusahaan* memiliki pengaruh positif terhadap *profitabilitas* pada perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Liabilitas

Ukuran perusahaan yang lebih besar umumnya berhubungan dengan tingginya liabilitas atau utang, karena kebutuhan modal yang lebih besar untuk mendukung operasional dan ekspansi bisnis, sehingga perusahaan besar lebih mudah mendapatkan pembiayaan eksternal seperti pinjaman bank atau obligasi. Menurut (Khoirunnisa, 2022), ukuran perusahaan yang signifikan memberi sinyal positif kepada investor dan kreditur terkait stabilitas dan kemampuan perusahaan, yang kemudian meningkatkan kepercayaan dalam pemberian pinjaman. Selain itu, Mada (2013) menyebutkan bahwa perusahaan besar lebih sering memanfaatkan

dana eksternal karena kebutuhan modal yang terus meningkat seiring pertumbuhan bisnisnya. Perusahaan besar juga dianggap memiliki risiko gagal bayar yang lebih rendah, sehingga biaya utang yang ditanggung lebih kecil dibanding perusahaan kecil, yang pada akhirnya mendorong penggunaan utang dalam jumlah lebih besar. Penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Budiarti, 2020) menyatakan *ukuran perusahaan* berpengaruh positif terhadap *liabilitas*. Pernyataan yang sama juga ditunjukkan oleh (Lasut et al., 2018) yang menyatakan *ukuran perusahaan* berpengaruh positif terhadap *liabilitas*.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H₂: *Ukuran perusahaan* memiliki pengaruh positif terhadap *liabilitas* pada perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, lebih mudah memperoleh pendanaan dari investor dan kreditur, serta menarik permintaan saham yang lebih tinggi yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori signaling, ukuran perusahaan yang besar memberikan sinyal positif kepada investor, menunjukkan kekuatan sumber daya dan modal yang mendukung keberlangsungan usaha. Jika aset yang dimiliki perusahaan dikelola dengan baik, seperti diinvestasikan atau disewakan, maka selain menjaga nilai aset, perusahaan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Zakiah & Huda, 2023). Berbagai penelitian mendukung hal

ini, seperti yang disampaikan oleh (Diyanto & Natariasari, 2019) (Kusumaningrum & Iswara, 2022) serta (Kolamban et al., 2020), yang menunjukkan pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H₃: *Ukuran perusahaan* memiliki pengaruh positif terhadap *nilai perusahaan* pada perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2.4.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Menurut Teori Signaling yang dikemukakan oleh Spence (1973), perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengirimkan sinyal positif kepada investor mengenai prospek masa depan yang cerah, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan, pada akhirnya, nilai perusahaan. Selain itu, Teori Agency yang diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, karena manajer terdorong untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik modal untuk mempertahankan kinerja yang baik. Penelitian empiris juga mendukung pandangan ini; misalnya, (Sudiyanto & Puspitasari, 2010) dalam jurnal *Dinamika Keuangan dan Perbankan* menemukan bahwa kinerja perusahaan yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. Demikian pula, penelitian oleh (Apriada dan Suardikha 2016) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena laba yang tinggi memberikan keyakinan kepada investor akan kinerja yang berkelanjutan. Berdasarkan temuan tersebut, semakin tinggi profitabilitas, semakin besar potensi arus kas yang dapat dihasilkan di masa depan, yang meningkatkan keyakinan investor akan kelangsungan usaha perusahaan dan pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan itu sendiri.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H4: *Profitabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap *nilai perusahaan* pada perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2.4.5 Pengaruh Liabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan liabilitas dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan karena dianggap sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan berani mengambil risiko untuk memperluas usaha serta meningkatkan penjualan, sehingga nilai perusahaan cenderung naik. Hal ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa kebijakan manajemen dalam menggunakan utang memberikan petunjuk kepada investor tentang kondisi dan prospek perusahaan di masa depan. Menurut Brigham dan Houston (2001), sinyal melalui penggunaan utang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai perusahaan. Menurut (Nurlita & Pratiwi, 2020), semakin tinggi liabilitas, semakin besar pula potensi laba perusahaan karena

sensitivitas laba terhadap perubahan penjualan meningkat. (Simanjuntak & Nugroho, 2021) menambahkan bahwa peningkatan liabilitas memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan, yang pada akhirnya memperbaiki struktur modal dan meningkatkan nilai perusahaan.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H5: *Liabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap *nilai perusahaan* pada perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2.4.6 Pengaruh Profitabilitas Untuk Memediasi Hubungan Ukuran

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja dan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki akses terhadap sumber daya yang lebih luas, efisiensi operasional yang lebih tinggi, serta kestabilan bisnis yang lebih baik. Hal ini memungkinkan perusahaan besar untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil.

Profitabilitas, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Semakin besar laba yang dihasilkan, semakin positif sinyal yang diberikan kepada investor mengenai prospek masa depan perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal, profitabilitas menjadi indikator utama kinerja keuangan yang mampu meningkatkan kepercayaan investor. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan manajemen yang efisien dan strategi bisnis yang tepat, yang

pada akhirnya mendorong kenaikan nilai perusahaan di pasar. Penelitian empiris oleh Sadewo et al. (2017) serta Dewi dan Abundanti (2019) mendukung pandangan ini, di mana ditemukan bahwa profitabilitas secara signifikan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga tidak langsung melalui profitabilitas.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H₆: *Profitabilitas* mampu memediasi hubungan *ukuran perusahaan* terhadap *nilai perusahaan*.

2.4.7 Pengaruh Liabilitas Untuk Memediasi Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur pendanaan perusahaan, termasuk besarnya liabilitas atau kewajiban. Perusahaan yang berukuran besar umumnya memiliki akses lebih mudah ke sumber pembiayaan eksternal, seperti kredit bank atau penerbitan obligasi. Hal ini membuat perusahaan besar cenderung memiliki liabilitas lebih tinggi dibanding perusahaan kecil.

Liabilitas yang digunakan secara optimal dapat menjadi alat *leverage* untuk meningkatkan aktivitas operasional dan pertumbuhan usaha. Dalam hal ini, liabilitas dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun, apabila tidak dikelola secara bijak, liabilitas justru dapat menimbulkan beban keuangan yang tinggi dan menurunkan nilai perusahaan.

Sesuai teori sinyal, informasi mengenai struktur liabilitas dapat memberikan sinyal positif atau negatif kepada investor. Liabilitas yang digunakan secara

efisien menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola dana dan memperbesar prospek pertumbuhan perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, liabilitas yang tinggi tanpa disertai peningkatan kinerja dapat menimbulkan kekhawatiran pasar. Penelitian Khoirunnisa (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memang memengaruhi tingkat liabilitas, namun liabilitas tidak secara signifikan memediasi hubungan tersebut terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa peran liabilitas sebagai mediator sangat bergantung pada sektor industri, efisiensi penggunaan utang, dan kondisi keuangan internal perusahaan.

Atas dasar tersebut, hipotesis yang diajukan guna studi ini yakni:

H7: Liabilitas mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.