

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori Agensi adalah konsep yang menjelaskan hubungan antara manajer atau dewan eksekutif perusahaan sebagai agen dan pemilik atau pemegang saham atau investor sebagai principal. Teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Jensen & Meckling (1976) dalam artikelnya, *theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure*. Inti dari teori ini adanya potensi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen, yang disebabkan oleh perbedaan tujuan serta informasi yang tidak simetris (*asymmetric information*).

Isu yang mendasari teori agensi adalah benturan kepentingan antara principal dan agen. Kedua pihak tersebut memiliki tujuan yang berseberangan dalam mengendalikan perusahaan, utamanya ketika berkaitan dengan strategi dalam mengoptimalkan kepuasan dan kepentingan dari hasil yang dicapai dari aktivitas operasional (Amanza, 2020). Dalam konteks penelitian ini, principal sebagai pemilik atau pemegang saham, sedangkan agen adalah manajer perusahaan. Pemisahan kepentingan antara manajer sebagai pengelola (agen) dengan pemilik perusahaan (principal) sangat rentan terhadap konflik yang disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*) yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan. Salah satu faktor

yang memengaruhi timbulnya konflik ini adalah asymmetric information, yaitu ketika agen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan principal terkait kondisi internal perusahaan (Tanasya dan handayani, 2020). Teori agensi memiliki asumsi bahwa individu akan bertindak untuk mengoptimalkan sesuatu bagi diri sendiri, sehingga agen berpotensi untuk memanfaatkan adanya informasi asimetris yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal (Widiawati & Raharja, 2021). Informasi asimetris antara principal dan agen dapat memberi kesempatan pada agen untuk memanajemen laba dalam rangka menyesatkan principal terkait kinerja keuangan perusahaan (Lisa & Lesmono, 2020).

Teori agensi berfokus pada bagaimana kepemilikan manajerial dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Profitabilitas dan ukuran perusahaan mencerminkan kinerja yang dikelola oleh manajer, sementara kepemilikan manajerial memotivasi manajer untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham guna meningkatkan nilai perusahaan. Pemilik modal menginginkan peningkatan kekayaan dan kemakmuran mereka, sedangkan manajer cenderung berfokus pada peningkatan kesejahteraan mereka sendiri. Hal ini memicu konflik kepentingan antara pemilik (investor) dan manajer, yang dikenal sebagai agency conflict (Tanasya dan handayani, 2020).

2.1.2 Teori Sinyal

Teori Sinyal adalah konsep yang menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik akan secara sengaja memberikan sinyal atau informasi kepada pasar agar dapat dibedakan dari perusahaan yang berkualitas rendah. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence (1973) melalui artikelnya *Job Market Signaling*. Inti dari teori ini adalah upaya manajemen dalam mengurangi asimetri informasi (*asymmetric information*) antara pihak internal perusahaan dan pihak eksternal, seperti investor, melalui penyampaian sinyal yang mencerminkan prospek dan kinerja perusahaan di masa mendatang.

Isu yang mendasari teori sinyal adalah adanya ketidakseimbangan informasi (*asymmetric information*) antara pihak internal perusahaan, yaitu manajemen, dengan pihak eksternal seperti investor atau pemegang saham. Kondisi ini mendorong manajemen untuk menyampaikan informasi yang relevan sebagai sinyal guna mengurangi kesenjangan informasi tersebut (Brigham dan Houston, 2011). Dalam konteks penelitian ini, manajemen bertindak sebagai pihak yang memberikan sinyal, sedangkan investor berperan sebagai penerima sinyal. Sinyal yang diberikan dapat berupa laporan keuangan, pengumuman laba, pembagian dividen, maupun informasi lain yang mencerminkan prospek perusahaan. Teori sinyal berasumsi bahwa perusahaan dengan kinerja baik akan berupaya memberikan sinyal positif untuk menarik minat investor, misalnya melalui peningkatan pendapatan atau stabilitas keuangan. Sebaliknya, apabila perusahaan menunjukkan kinerja yang menurun

atau mengirimkan sinyal negatif, hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Sri Maryanti, 2022). Dengan demikian, kualitas dan kejelasan sinyal yang diberikan oleh perusahaan berperan penting dalam memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan di pasar modal (Bimantara dan Yuliasuti, 2021).

Teori sinyal berfokus pada bagaimana informasi yang dipublikasikan perusahaan dapat memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Indikator kinerja seperti profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, dan stabilitas keuangan menjadi bentuk sinyal yang dapat mencerminkan prospek perusahaan di masa depan (Hapsari dan Septiana, 2020). Penyampaian sinyal positif, seperti peningkatan laba atau pembagian dividen, dapat mendorong investor untuk memberikan respon positif, misalnya dengan membeli saham, sehingga nilai perusahaan meningkat. Sebaliknya, sinyal negatif seperti penurunan laba atau kinerja keuangan yang memburuk dapat menurunkan minat investor dan berdampak pada turunnya harga saham (Kusumaningrum dan Rahardjo, 2021). Dengan demikian, manajemen memiliki insentif untuk memberikan sinyal yang mampu memperkuat kepercayaan investor, karena persepsi positif investor terhadap prospek perusahaan akan berpengaruh langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan di pasar modal (Sari dan Wulandari, 2021)

2.1.3 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu aspek keuangan yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan tingkat keuntungan

bersih yang dapat diraih oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya. Para pemegang saham mengharapkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, yang diperoleh dari laba setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, semakin besar pula kemampuannya untuk membayar dividen. Hal ini pada akhirnya menarik lebih banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Hakim & Hindasah, 2023).

Profitabilitas mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut Santoso *et al.*, (2022), profitabilitas memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena menjadi salah satu indikator untuk menilai baik atau buruknya kinerja perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana internal, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan. Tingginya tingkat profitabilitas juga menarik minat investor untuk berinvestasi, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan (Arlita & Dewi, P., 2023).

2.1.4 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi faktor penting yang dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan tentu menginginkan ukuran yang besar, karena hal ini menjadi indikator utama yang mencerminkan besar kecilnya perusahaan (Putra Yudha & Widati Listyorini, 2022).

Menurut Rahmi & Baroroh (2022), ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset. Semakin besar total aset maupun penjualan, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Besarnya aset mencerminkan tingginya modal yang ditanamkan, sementara tingginya penjualan menunjukkan perputaran uang yang besar dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak hanya merepresentasikan besarnya aset yang dimiliki, tetapi juga berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Apriantini, dkk, 2022).

2.1.5 Pengertian Kepemilikan Manajerial

Menurut Indrarini (2021), nilai perusahaan dapat dipahami sebagai nilai pasar, yang mencerminkan kemakmuran maksimum bagi pemegang saham melalui kenaikan harga saham dalam jangka panjang. Peningkatan nilai perusahaan berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, yang mendorong mereka untuk menginvestasikan modal pada perusahaan. Kenaikan harga saham ini memberikan gambaran mengenai prospek yang baik bagi perusahaan, sehingga semakin tinggi harga saham yang tercatat, semakin tinggi pula harapan akan return yang lebih tinggi bagi pemegang saham (Dewiningrat & Baskara, 2020).

Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari harga saham, tetapi juga dari perkembangan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan ini tercermin dalam laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan sebagai informasi

keuangan yang berguna bagi para investor untuk menilai kinerja perusahaan dan membuat keputusan investasi yang tepat (Solikin et al., 2021).

2.1.6 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Indrarini (2021), nilai perusahaan dapat dipahami sebagai nilai pasar, yang mencerminkan kemakmuran maksimum bagi pemegang saham melalui kenaikan harga saham dalam jangka panjang. Peningkatan nilai perusahaan berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, yang mendorong mereka untuk menginvestasikan modal pada perusahaan. Kenaikan harga saham ini memberikan gambaran mengenai prospek yang baik bagi perusahaan, sehingga semakin tinggi harga saham yang tercatat, semakin tinggi pula harapan akan return yang lebih tinggi bagi pemegang saham (Dewiningrat & Baskara, 2020).

Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari harga saham, tetapi juga dari perkembangan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan ini tercermin dalam laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan sebagai informasi keuangan yang berguna bagi para investor untuk menilai kinerja perusahaan dan membuat keputusan investasi yang tepat (Solikin et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh beberapa variabel terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Diah Ayu Shinta Dewi et al., (2022) melakukan penelitian mengenai Ukuran perusahaan, Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan

manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya dan menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak berpengaruh oleh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan. nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Nafisa Sholikhah (2022) tentang hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan dividen tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Nina Setyasari et al., (2020) melakukan penelitian dengan menggunakan variabel dependen nilai perusahaan dan variabel independennya profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020. Penelitian ini menggunakan metode analisa regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dini Dwicahyani (2022) mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020. Penelitian ini menggunakan metode analisa regresi linear berganda dan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas, kepemilikan manajerial, kepemilikan konstitusional dan leverage tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian dari Desy Rosiana Widyastuti yang dilakukan pada tahun 2022 dengan populasi penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020. Variabel independen penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajerial. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan yaitu metode regresi linear berganda. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Diah Ayu Shinta Dewi <i>et al.</i> , (2022).	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020	Variabel Independen: Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan manajerial, dan Pertumbuhan perusahaan. Variabel Dependen: Nilai perusahaan.	Profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Nisa Nafisa Sholikhah (2022).	Pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada	Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kepemilikan manajerial, Kepemilikan institusional, dan kebijakan dividen. Variabel Dependen: Nilai perusahaan.	Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak berpengaruh

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020)		terhadap nilai perusahaan.
3.	Nina Setyasari <i>et al.</i> , (2020).	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Board Diversity, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020)	Variabel independen : Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kepemilikan manajerial, Kepemilikan institusional, dan <i>Board diversity</i> . Variabel dependen : Nilai perusahaan.	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan <i>board diversity</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Dini Dwicahyani (2022).	Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan	Variabel Independen : Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kepemilikan manajerial, <i>Leverage</i> ,	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas,

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan perusahaan consumer non-cyclicals	dan Kepemilikan institusional. Variabel Dependen : Nilai perusahaan.	kepemilikan manajerial, leverage, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Desy Rosiana Widyastuti (2022).	Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Variabel Independen : Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kepemilikan manajerial, dan <i>leverage</i> . Variabel Dependen : Nilai perusahaan.	Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

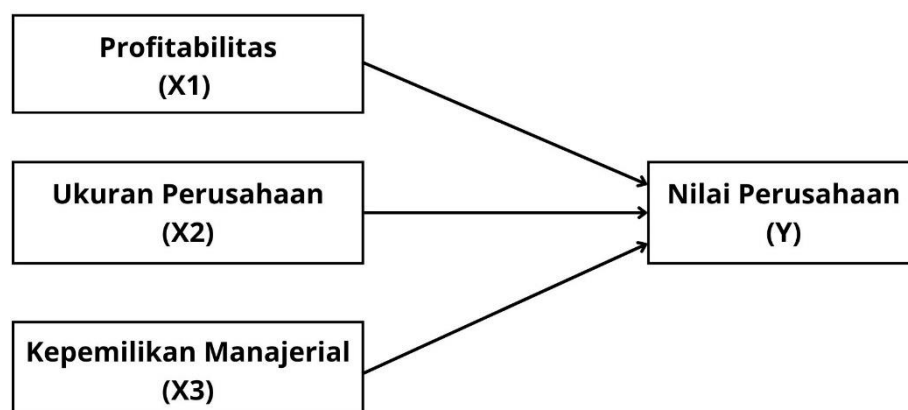
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan bagian dalam penelitian yang menjelaskan hubungan variabel untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan disusun dalam bentuk bagan. Kerangka pemikiran dapat di tunjukkan hubungan antar varaibel penelitian (Addini Zahra Syahputri *et al.*, 2023).

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini terdapat 4 variabel yang terdiri 3 variabel independent yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan

manajerial, dan satu dependent yaitu nilai Perusahaan. Berikut gambar Kerangka pemikiran merupakan bagian dalam penelitian yang menjelaskan hubungan variabel untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan disusun dalam bentuk bagan. Kerangka pemikiran dapat di tunjukkan hubungan antar varaibel penelitian (Addini Zahra Syahputri *et al.*, 2023).

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini terdapat 4 variabel yang terdiri 3 variabel independent yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial, dan satu dependent yaitu nilai Perusahaan. Berikut gambar kerangka pemikiran penelitian :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dirumuskan berdasarkan temuan penelitian sebelumnya dan landasan teori yang relevan (Zaki & Saiman, 2021). Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dan menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan operasional. Menurut Santoso *et al.* (2022), semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kemampuan perusahaan menghasilkan dana internal dan menarik minat investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham dan mendukung pertumbuhan perusahaan.

Hubungan antara profitabilitas dengan teori agensi menunjukkan bahwa profitabilitas mencerminkan kinerja yang dikelola oleh manajer. Dalam teori agensi, manajer dapat memiliki kepentingan berbeda dengan pemilik. Namun, profitabilitas yang tinggi menjadi indikator bahwa manajer telah menjalankan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan kepentingan pemilik, sehingga dapat mengurangi konflik agensi dan meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, dalam teori sinyal, profitabilitas yang tinggi dapat berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor mengenai prospek dan kinerja perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara konsisten akan dipersepsikan memiliki stabilitas keuangan yang baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sinyal positif ini mendorong permintaan

saham perusahaan di pasar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas yang rendah akan dianggap sebagai sinyal negatif yang dapat mengurangi minat investor untuk berinvestasi (Nina Setyasari, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu Shinta Dewi (2022), Nisa Nafisa Sholikhah (2022), Nina Setyasari (2020), Desy Rosiana Widyastuti, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan indikator besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur melalui total aset, *log size*, atau nilai pasar saham. Perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah memperoleh pendanaan, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Rahmi & Baroroh, 2022).

Menurut Agung Nurmansyah *et al.*, (2023), Ukuran perusahaan dapat memengaruhi tingkat konflik agensi karena perusahaan yang lebih besar memiliki struktur yang kompleks dan berisiko menimbulkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik. Untuk mengurangi risiko ini, perusahaan besar umumnya menerapkan tata kelola dan pengawasan yang lebih ketat serta pelaporan yang lebih transparan. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor, sehingga perusahaan besar lebih diminati karena dianggap memiliki risiko agensi yang lebih rendah dan prospek kinerja yang

lebih baik. Sedangkan teori sinyal karena ukuran perusahaan menjadi indikator bagi investor mengenai stabilitas dan kapasitas perusahaan dalam mengelola sumber daya. Perusahaan besar sering kali dipersepsikan memiliki kekuatan keuangan, reputasi yang baik, serta akses pendanaan yang lebih mudah. Sinyal positif ini memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan mampu mempertahankan kinerjanya dalam jangka panjang, sehingga menarik minat investasi. Sebaliknya, perusahaan berukuran kecil dapat mengirimkan sinyal yang kurang meyakinkan karena dianggap memiliki keterbatasan dalam sumber daya dan daya tahan menghadapi tekanan pasar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu Shinta Dewi (2022), Dini Dwicahyani (2022), Nisa Nafisa Sholikhah (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Kepemilikan manajerial Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial mengacu pada proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh manajer. Kepemilikan ini penting karena dapat mendorong manajer untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Saat manajer memiliki saham yang cukup besar, mereka cenderung lebih hati-hati dan berfokus meningkatkan nilai perusahaan agar investasi mereka juga meningkat. Dengan demikian, kepemilikan manajerial berpotensi meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Suwisma *et al.*, 2023).

Hubungan kepemilikan manajerial dengan teori agensi sangat erat karena teori ini membahas konflik antara pemegang saham (prinsipal) dan manajer (agen). Konflik ini dapat berkurang jika manajer memiliki saham di perusahaan, sehingga kepentingan keduanya lebih sejalan. Dengan demikian, kepemilikan manajerial yang cukup besar dapat mengurangi masalah agensi karena manajer termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan, bukan hanya kepentingan pribadi. kepemilikan manajerial menjadi salah satu bentuk sinyal positif bagi investor yang mencerminkan komitmen dan keseriusan manajemen dalam mengelola perusahaan. Kepemilikan saham oleh manajer menunjukkan bahwa mereka memiliki insentif langsung untuk memastikan perusahaan beroperasi secara optimal dan mencapai kinerja yang baik. Sinyal positif ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, mendorong minat investasi, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, rendahnya kepemilikan manajerial dapat memunculkan persepsi negatif karena dianggap menunjukkan rendahnya keterlibatan manajemen dalam kesuksesan jangka panjang perusahaan (Felicia Piscesta, 2023).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisa Nafisa Sholikhah (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.