

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Signalling Theory atau Teori Sinyal pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence melalui artikel ilmiahnya yang berjudul “*Job Market Signaling*” pada tahun 1973. Spence (1973) menjelaskan bahwa pihak pengirim atau pemilik informasi memberikan sinyal atau isyarat berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima atau investor. Menurut Jatmika Yullandari (2024), teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan terdorong untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal sebagai respons terhadap asimetri informasi. Hal ini disebabkan karena pihak perusahaan memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kondisi internal dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar, seperti investor dan kreditor. Keberadaan asimetri informasi ini memotivasi perusahaan untuk memberikan sinyal yang dapat mengurangi ketidakpastian bagi pihak eksternal. Informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan berupa *financial* maupun *non-financial* (Khoirunnisa, 2022).

Teori sinyal dikembangkan untuk memperhitungkan kenyataan bahwa pihak dalam perusahaan memiliki informasi yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan pihak luar (investor). Sehingga manajer berkewajiban memberi sinyal kepada pemilik mengenai keadaan perusahaan dalam bentuk informasi

keuangan (Lestari & Harnida, 2020). Jika informasi keuangan memiliki penilaian yang baik maka informasi yang diterima oleh investor merupakan kabar baik, sehingga para investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham yang akan berujung pada perubahan harga saham, sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dengan kualitas yang baik akan memberikan sinyal pada pasar sehingga pasar bisa mengerti perbedaan dengan kualitas pasar yang baik atau buruk (Khairunnisa et al., 2020).

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar dapat diharapkan membedakan perusahaan yang berkualitas baik (*good news*) dan berkualitas buruk (*bad news*). Agar sinyal baik, sinyal tersebut harus ditangkap oleh pasar dengan dipresepsikan dengan baik dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang memiliki kualitas atau nilai perusahaan yang buruk. Contoh dari *good news* atau sinyal baik dalam laporan tahunan adalah ketika indikator kebijakan atau kinerja perusahaan dipandang ideal dan prospektif bagi investor (Priyatama & Pratini, 2021). Selain itu, peningkatan profitabilitas perusahaan dari tahun ke tahun juga menjadi sinyal positif yang dapat meningkatkan kepercayaan publik dan akan mempengaruhi fluktuasi harga saham perusahaan ke arah positif (Priyatama & Pratini, 2021).

Teori sinyal dapat dilihat dari perspektif risiko bisnis. Risiko bisnis semakin tinggi maka dianggap negatif oleh calon investor untuk berinvestasi di perusahaan. Teori sinyal memberikan dampak bagi investor untuk menaruh

saham di perusahaan tersebut atau tidak. Kesempatan peluang investasi tinggi akan dipresepsikan sebagai sinyal positif yang memberikan dampak positif yaitu penilaian yang baik oleh investor terhadap perusahaan.

Ukuran perusahaan, profitabilitas, *debt equity ratio* (DER) dan likuiditas merupakan elemen-elemen penting yang dapat berfungsi sebagai sinyal terhadap kondisi dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya dianggap lebih stabil dan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang berfluktuasi, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menunjukkan efisiensi operasional, yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar. DER menunjukkan struktur pemodalan perusahaan. DER yang optimal dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan mampu mengelola utang dengan baik, sementara DER yang terlalu tinggi dapat menjadi sinyal negatif terkait risiko keuangan. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan menjadi indikator penting bagi investor untuk menilai kesehatan keuangan jangka pendek perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teori sinyal yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan, *debt equity ratio* (DER) dan likuiditas merupakan sinyal yang dikomunikasikan perusahaan kepada investor. Sinyal berupa sinyal positif atau sinyal negatif yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan yang tercermin melalui harga saham atau valuasi pasar.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Irawan dan Kusuma, 2021). Nilai perusahaan diartikan dengan harga pasar atas perusahaan yaitu harga di mana investor bersedia untuk membayar setiap lembar saham (Utami, 2019). Nilai perusahaan tercermin dalam jumlah lembar saham dan harga saham yang dijual kepada pihak eksternal. Jumlah lembar dan harga saham yang dijual meningkat menandakan bahwa nilai perusahaan juga meningkat. Tingginya nilai perusahaan akan membuat kepercayaan pasar terhadap performa manajemen dan prospek perusahaan kedepannya dinilai positif (Utami, 2019). Meningkatnya nilai perusahaan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu sumber pendanaan dari investor dan semakin tingginya nilai jual ketika perusahaan digabung (Khoirunnisa, 2022).

Nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai kondisi perusahaan. Nilai perusahaan ditunjukkan melalui harga saham di pasar modal. Nilai perusahaan yang baik mengindikasikan bahwa para pemegang saham atau investor mengalami kesejahteraan, karena tingginya harga saham membuat keuntungan yang diterima oleh investor akan tinggi. Harga saham tinggi disebabkan oleh kinerja perusahaan yang baik. Kinerja perusahaan baik maka harga saham akan tinggi dan nilai perusahaan juga akan meningkat (Kurniawan & Ardiansyah, 2020).

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham yang dijual. Pihak manajemen harus

memperhatikan aspek dari nilai perusahaan dipengaruhi oleh harga saham yang tinggi karena nilai perusahaan menunjukkan seberapa baik dan seberapa lamanya suatu perusahaan bertahan (Hidayah & Rahmawati, 2019). Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar pada kinerja saat ini dan masa depan perusahaan (Azizah & Widyawati, 2021). Tingginya nilai perusahaan menunjukkan keberhasilan manajemen dalam memenuhi harapan dan tujuan dari perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut (Hartono, 2015) Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aset atau total penjualan. Semakin besar total aset dan penjualan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan (Rahayu, 2019). Ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil (Pebrianti, Astuti, & Sugeng, 2023). Dalam menentukan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar atau jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah dibanding dengan perusahaan kecil. Hal tersebut terjadi karena perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar. Menurut Aprianti dan Dermawan (2024), perusahaan dengan skala besar cenderung lebih mudah memperoleh pendanaan karena memiliki akses lebih luas ke pasar modal dan menarik lebih banyak minat investor. Besarnya ukuran perusahaan akan menambah kepercayaan investor pada kemampuan perusahaan melakukan pengelolaan dan

investasi dari aset yang dimiliki di mana hal tersebut diterima sebagai sinyal baik untuk dapat menginvestasikan modalnya kedalam perusahaan (Umam & Hartono, 2019). Besarnya ukuran perusahaan dapat memengaruhi kelancaran perusahaan dalam mendapatkan dana yang bersumber dari pihak dalam maupun luar perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam mencari pendanaan (Novari & Lestari, 2016). Menurut Prasetyorini (2013) ukuran perusahaan akan menentukan tingkat kepercayaan investor. Investor akan menaruh saham di perusahaan yang sudah memiliki *track record* yang baik dan perusahaan yang sudah terkenal di masyarakat, karena perusahaan yang sudah dikenal akan mudah bagi investor untuk mencari informasi mengenai perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaan, perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat yang berarti semakin mudah masyarakat untuk mencari informasi perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki total aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Prasetyorini, 2013).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencapai laba bersih lebih banyak daripada hutang yang dipinjam oleh perusahaan. Profitabilitas ini berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan

keuntungan yang menggunakan sumber daya perusahaan (Sari et al., 2022). Menurut Gunawan & Viriany (2023) profitabilitas perusahaan yang meningkat menunjukkan prospek yang baik artinya manajer perusahaan mempunyai kinerja baik dalam pengelolaan sumber daya perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dapat meningkatnya nilai perusahaan artinya perusahaan bisa memakmurkan para investor sedangkan profitabilitas yang rendah dapat menurunnya nilai perusahaan artinya perusahaan tidak bisa memakmurkan para investor. Profitabilitas adalah ukuran seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan perusahaan menggunakan sumber dayanya, seperti aset, modal dan penjualan (Anggraeni & Sulhan, 2020). Profitabilitas dapat dikaitkan dengan teori sinyal, profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja manajemen baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini profitabilitas yang digunakan adalah rasio *Return on Assets* (ROA). *Return on Assets* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. ROA dapat menggambarkan keadaan keuangan perusahaan sehingga dapat mengetahui sejauh mana kinerja perusahaan dalam mengelola aset untuk mendapatkan laba. ROA yang tinggi mencerminkan kapasitas perusahaan dalam mengelola aset secara optimal sehingga perusahaan dapat laba secara maksimal. Sedangkan, semakin rendah nilai ROA perusahaan dapat menunjukkan kurang optimalnya kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba (Matanari, 2022).

2.1.5 Debt Equity Ratio (DER)

Debt Equity Ratio (DER) merupakan hasil perbandingan antara total utang dengan total ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. *Debt Equity Ratio* (DER) adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansial yang terdiri dari utang jangka pendek dan jangka panjang, sehingga menggambarkan sejauh mana dana dari kreditur dibandingkan dengan dana internal perusahaan (Yarfananda, 2024). DER mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajiban dengan modal sendiri.

Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa berguna untuk mengetahui dana yang disediakan oleh peminjam dengan pemilik perusahaan. Rasio DER untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan utang. DER adalah pengukuran tingkat penggunaan utang sebagai sumber pembiayaan suatu perusahaan (Umayah dkk., 2019). DER semakin tinggi akan menyebabkan risiko keuangan perusahaan semakin tinggi, semakin tinggi risiko keuangan perusahaan maka akan memberikan pengaruh terhadap harga saham perusahaan. DER yang meningkat membuat pasar menangkap sinyal negatif dan memberikan dampak negatif terhadap investor dalam pengambilan keputusan untuk membeli saham perusahaan (Rezkydhinita, 2024).

Semakin besar rasio *Debt Equity Ratio* (DER), semakin besar perusahaan menggunakan utang dalam membiayai aktiva, yang berarti risiko keuangan perusahaan juga semakin meningkat. Para kreditur lebih menyukai rasio utang yang lebih rendah karena semakin rendah rasio utang, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan, sehingga kemampuan perusahaan untuk membayar

utangnya kepada kreditur menjadi lebih besar (Herlambang, Pakpahan, & Rahmi, 2024). Namun, di sisi lain, perusahaan cenderung menginginkan rasio utang yang tinggi karena memiliki ekspektasi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional dalam kondisi normal. Sebaliknya, perusahaan akan menghadapi risiko yang lebih tinggi apabila perekonomian nasional mengalami resesi.

2.1.6 Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dipenuhi. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi utang atau kewajiban yang harus segera dibayar dengan harta lancar yang dimiliki oleh perusahaan (Maharani & Kartika, 2022). Tingkat likuiditas yang baik yaitu sinyal yang baik bagi investor karena menunjukkan kinerja keuangan yang baik sehingga meningkatkan permintaan saham dan harga saham akan naik (Mahira, 2023). Permintaan saham meningkat menandakan adanya sinyal baik bagi investor karena perusahaan memiliki keuangan yang baik. Harga saham cenderung mengalami penurunan jika investor menganggap perusahaan sudah terlalu likuid yang artinya terdapat aktiva produktif yang tidak bisa atau dimanfaatkan oleh perusahaan dan akan menambah beban bagi perusahaan.

Nilai likuiditas tinggi memberikan sinyal positif bagi investor bahwa keuangan perusahaan sehat karena perusahaan memiliki dana untuk membayar utang jangka pendek. Rasio likuiditas merupakan rasio untuk mengukur seberapa likuid suatu perusahaan. Caranya dengan membandingkan komponen

yang ada di neraca, yaitu aktiva lancar dengan passiva lancar (utang jangka pendek). Jika jumlah aktiva lancar lebih besar daripada utang lancar, maka semakin lancar usaha dan pembayaran utang perusahaan. Semakin banyak utang, menunjukkan keuangan perusahaan tidak sehat. Bahkan dapat menyebabkan perusahaan bangkrut.

Likuiditas dalam penelitian ini menggunakan *Current Ratio* (CR) atau rasio lancar. Menurut Kasmir (2019) *Current Ratio* (CR) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek yang segera jatuh tempo. *Current Ratio* (CR) harus dilunaskan dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun. Rasio ini menggambarkan sejauh mana bahwa aset lancar yang dapat digunakan untuk menutupi utang jangka pendek yang harus segera dilunaskan. *Current Ratio* (CR) digunakan sebagai indikator tingkat keamanan perusahaan untuk mengetahui bahwa perusahaan memiliki kelebihan aset yang dapat digunakan sebagai jaminan ketika terjadi krisis keuangan (Yarfananda, 2023).

2. 2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh variabel-variabel fundamental perusahaan terhadap nilai perusahaan. Khalifaturofi'ah dan Setiawan (2024) meneliti perusahaan properti di Indonesia dan menemukan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan. Sementara itu, *Total Assets Growth* (TAG) dan likuiditas (*Current Ratio*) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan,

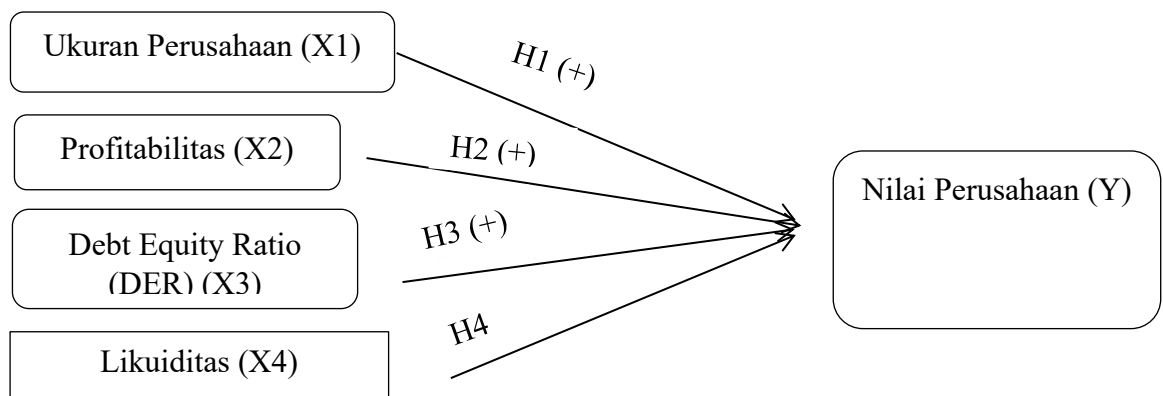
namun variabel *Total Asset Turnover* (TATO) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa oleh Andriyani dan Ul Chasanah (2024) pada sektor infrastruktur menemukan bahwa ukuran perusahaan dan likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selanjutnya, Arifin, Hermuningsih, dan Maulida (2019) meneliti perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dan menemukan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (diukur dengan *Price to Book Value*), sementara *Current Ratio* (CR) dan DER memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan. Rahayu dan Virgantara (2020) dalam penelitiannya terhadap perusahaan papan utama di BEI menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi leverage dan profitabilitas berpengaruh signifikan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Kusumaningrum dan Iswara (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan, leverage berpengaruh positif, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Mahira (2023) meneliti perusahaan sektor energi dan memperoleh hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara likuiditas dan struktur modal memiliki pengaruh positif. Agustin dan Anwar (2022) meneliti perusahaan sektor properti dan real estat, dan menyimpulkan bahwa keputusan investasi, kebijakan dividen, serta likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, Wirianata dan Wijoyo (2020)

menyatakan bahwa profitabilitas justru memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas, pertumbuhan aset, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Namun, DER ditemukan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Terakhir, Safitri dan Yudiantoro (2023) dalam penelitiannya pada sektor makanan dan minuman menemukan bahwa profitabilitas dan struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara likuiditas tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan DER menunjukkan hasil yang bervariasi. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian lebih lanjut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan diatas, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (X1), Profitabilitas (X2), *Debt Equity Ratio* (X3) dan Likuiditas (X4) yang memengaruhi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (Y). Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2. 4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan didukung oleh teori sinyal. Menurut teori sinyal, dimana semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin menarik minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan besar karena dianggap menguntungkan. Investor lebih tertarik memilih perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil. Investor menganggap semakin besar perusahaan maka keuntungan yang diperoleh semakin besar dan kondisi keuangan perusahaan yang lebih stabil (Romdhoniah, 2024).

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Secara umum, perusahaan lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kemampuan perusahaan dalam mengakses sumber pendanaan, baik pasar modal maupun lembaga keuangan, yang memberikan fleksibilitas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Selain itu, perusahaan besar umumnya dapat mencapai efisiensi operasional melalui skala ekonomi, sehingga mampu menekan biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas (Purwaningsih & Mukhibad, 2025). Kemampuan untuk melakukan diversifikasi usaha dan ekspansi pasar juga lebih besar, yang pada gilirannya mengurangi risiko dan meningkatkan potensi pendapatan (Lesmana et al., 2025). Reputasi yang lebih baik serta kepercayaan pasar terhadap perusahaan besar turut

memperkuat persepsi investor terhadap prospek masa depan perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan didukung oleh kinerja manajerial dan strategi bisnis yang tepat.

Beberapa penelitian, salah satunya dari Sudiyatno et al (2020) dan Amalia, Purwohandoko, & Hartono (2023) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar lebih mudah mengakses sumber pendanaan dari pasar modal maupun perbankan, karena dianggap lebih stabil dan kredibel (Moniaga & Tanusdjaja, 2025). Kemampuan mendapatkan pendanaan lebih mudah memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan dana lebih banyak, memperluas bisnisnya dan meningkatkan kinerja operasional. Dengan kemudahan dalam mendapatkan pendanaan, perusahaan akan memberikan sinyal positif yang akan ditangkap oleh investor. Sehingga, ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator penting yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas kegiatan operasionalnya (Fatimah & Idayati, 2024). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang akan berdampak positif

terhadap nilai perusahaan (Mahira, 2023). Nilai perusahaan sering diukur melalui harga saham dan kapitalisasi pasar yang dipengaruhi oleh ekspektasi investor terhadap kinerja keuangan di masa depan. Profitabilitas menunjukkan tingkat efektif perusahaan dalam menjalankan operasional untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah pajak dan bunga, sehingga profitabilitas tinggi memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya yang tercermin pada harga saham (Merllizcha & Triyonowati, 2024).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya (Fatimah & Idayati, 2024). Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bagi investor, sejalan dengan *Teori Sinyal* yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu meningkatkan laba akan memberikan indikasi prospek yang baik di masa depan, sehingga dapat mendorong kenaikan harga saham. Kenaikan harga saham ini meningkatkan minat investor, karena dianggap mencerminkan kinerja keuangan yang sehat dan menjamin kesejahteraan pemegang saham (Widiantari, Ernawatiningsih, & Suryandari, 2023). Dengan meningkatnya minat dan kepercayaan investor, aliran investasi ke dalam perusahaan pun bertambah yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Baihaqi & Murtanto, 2023). Secara keseluruhan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi cenderung lebih efisien dalam

penggunaan sumber daya yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pasar.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kusumaningrum dan Iswara (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih baik. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Apriadi dan Setijaningsih (2024), serta Jatmika Yullandari (2024), yang menunjukkan bahwa profitabilitas secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Suzulia dan Saluy (2020) turut memperkuat temuan tersebut, di mana rasio profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Debt Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan

Debt Equity Ratio (DER) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui perusahaan dalam membiayai atau melunasi utang perusahaan. Rasio utang mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasional perusahaan (Khalifaturafi'ah & Setiawan, 2024). Meskipun, utang dapat meningkatkan potensi keuntungan, utang yang berlebihan akan meningkatkan risiko keuangan (Abbas & Nainggolan, 2023). Jika nilai DER tinggi maka dana yang disediakan oleh debitor akan tinggi, akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan *Teori*

Sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki prospek bisnis yang baik dan dapat mengelola keuangan secara optimal. Namun, sebaliknya jika DER rendah yang berarti perusahaan tidak mampu melunasi utang akan menjadi sinyal negatif bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ismawati dan Sukandani (2023) mengemukakan bahwa DER yang tinggi menunjukkan besarnya penggunaan utang sebagai tambahan modal untuk mendukung operasional perusahaan. Tambahan modal tersebut memungkinkan perusahaan meningkatkan kinerjanya dalam menghasilkan laba maksimal yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniadiantoyo (2022), Hakim dan Laksmiwati (2023), Tevci Wijaya (2023), serta Theresia Sekar Palupi Ariska Putri (2023), yang menyimpulkan bahwa DER memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Debt Equity Ratio* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.4 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas berperan penting dalam nilai perusahaan. Likuiditas mencerminkan tingkat risiko yang dihadapi perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi umumnya dipandang memiliki risiko kebangkrutan yang lebih rendah yang akan meningkatkan persepsi investor terhadap keamanan investasi mereka. Dengan demikian, perusahaan yang

likuid cenderung lebih menarik bagi investor, yang berdampak pada peningkatan permintaan saham dan akhirnya menaikkan harga saham perusahaan tersebut (Sheila & Djawoto, 2019). Harga saham yang meningkat secara langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

Rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi utang jangka pendek. Perusahaan dengan likuiditas yang memadai dapat mengelola risiko likuiditas dan meningkatkan kepercayaan investor yang berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Migliaccio dan De Palma, 2023). Hal tersebut sesuai dengan *Teori Sinyal*, yaitu Rasio Likuiditas berupa *Current Ratio* (CR) tinggi, maka akan menjadi sinyal positif untuk kepercayaan investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Namun, sebaliknya jika nilai *Current Ratio* (CR) rendah, maka perusahaan tidak mampu membayar utang jangka pendek yang membuat kehilangan kepercayaan investor untuk menaruh modal. Investor akan menarik sahamnya yang membuat nilai perusahaan akan menurun.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019), Andriani dan Panglipurningrum (2020), Farizki et al., (2021), dan Mahira, Y. A. (2023) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.