

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Teori

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut (Lisda dan Kusmayanti, 2021)

Teori sinyal merupakan pengambilan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai petunjuk yang diberikan kepada investor yang menjelaskan tentang cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang, Teori sinyal dalam hubungannya dengan nilai perusahaan terlihat dari semakin luasnya pengungkapan yang diberikan maka sinyal positif dapat diterima oleh individu yang berkepentingan bagi perusahaan. Pada teori ini penekanan yang dilakukan yaitu pentingnya informasi yang diberikan, karena penggunaan keputusan yang telah terambil dan sumbernya pada informasi yang didapatkan (Ramadhani & Andajani, 2024).

2.1.2 *Agency Theory*

Agency Theory merupakan teori yang menggambarkan manajemen (*agent*) sebagai manajer atau pengambil keputusan keuangan dan pemegang saham (*principal*) sebagai pemilik perusahaan. Hubungan keagenan muncul ketika satu atau lebih individu (*principal*) mengambil inisiatif oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya, sehingga menghasilkan keuntungan yang dapat merugikan pemilik (pemegang saham) (Dharmawan et al., 2023).

Teori keagenan digunakan dalam penelitian ini karena teori tersebut memberikan kerangka yang relevan untuk memahami hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen), serta bagaimana faktor-faktor seperti Profitabilitas Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan dapat mempengaruhi dinamika hubungan tersebut dan pada akhirnya berdampak pada Nilai Perusahaan. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana keputusan-keputusan terkait struktur modal, manajemen aset, dan kebijakan keuangan lainnya yang diambil oleh manajemen dapat dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan, serta bagaimana hal tersebut dapat menimbulkan konflik kepentingan atau penyelarasan yang berdampak pada Nilai Perusahaan (Nopianti, 2021).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan pendapat investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, baik buruknya nilai suatu perusahaan mempengaruhi nilai pasar

perusahaan tersebut dan mempengaruhi keputusan investasi investor dalam berinvestasi, menanamkan modal ataupun menarik investasi dari perusahaan (Purmalita, 2024).

Nilai Perusahaan bisa diartikan dari nilai sahamnya, sebab nilai perusahaan yang telah menjadi perusahaan publik tercermin dalam harga sahamnya di pasar. Namun, nilai bisnis yang belum dikenal oleh publik diwujudkan saat usaha tersebut dijual. nilai perusahaan didefinisikan sebagai jumlah uang yang siap dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan dijual. Ketinggian nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya yang tinggi. Harga saham yang diperdagangkan di bursa saham merupakan indikator nilai perusahaan bagi perusahaan yang mengeluarkan sahamnya di pasar modal (Kristiadi & Herijawati, 2023).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan sangat penting karena apabila nilai perusahaan tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan dan keputusan. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu nilai ditentukan untuk suatu periode tertentu, nilai ditentukan pada harga yang wajar, penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Indikator-indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan *Price to Book Value*

(PBV) (Hidayat et al., 2021)

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh asetnya untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan, seperti aset, modal, atau penjualan perusahaan. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas adalah untuk mengukur dan memahami tingkat keuntung yang dihasilkan untuk menentukan dan memperkirakan laba bersih setelah pajak berdasarkan ekuitas dan mengukur serta mengevaluasi total produktivitas dana yang digunakan perusahaan baik dari sisi ekuitas maupun pinjaman (Simbolon et al., 2024)

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dengan sumber daya yang tersedia. profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan laba-rugi perusahaan. Berdasarkan kedua laporan keuangan tersebut akan ditentukan hasil analisis sejumlah rasio dan selanjutnya rasio ini digunakan untuk menilai beberapa aspek tertentu dari operasi perusahaan (Luayyi et al., 2023).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau profit, yang memiliki pengaruh pada kebijakan dividen. Profitabilitas merupakan faktor utama bagi perusahaan dalam membagikan dividen kepada pemegang saham sehingga Jika

perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka laba yang didapatkan juga akan tinggi pula dan pada akhirnya laba yang tersedia untuk dibagikan kepada para pemegang saham akan semakin besar. (Monika et al., 2022).

2.1.5 Struktur Modal

Struktur modal merupakan skala biaya antara hutang dengan modal sendiri. *Trade-off theory* mengungkapkan bahwa apabila struktur modal di bawah titik optimal maka bertambahnya hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, apabila struktur modal di atas titik optimal maka bertambahnya hutang akan menurunkan nilai perusahaan (Ramadhani & Andajani, 2024).

Struktur modal adalah perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Sementara itu. Dengan kata lain struktur modal merupakan bagian dari struktur keuangan (Tuda & Dambe, 2023).

Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan proporsi antara modal sendiri dengan modal asing. Struktur modal diartikan sebagai gabungan dari utang, ekuitas dan sumber lain yang dimanfaatkan sebagai sumber pendanaan dalam kegiatan bisnis. struktur modal merupakan perbandingan antara utang, ekuitas dan sumber lain yang digunakan sebagai sumber pendanaan untuk melakukan kegiatan operasional. Ukuran perusahaan (Shaw & Dewi, 2023).

Pengertian Struktur Modal adalah komposisi serta proposi pinjaman jangka panjang dan ekuitas (saham preferen serta saham biasa) yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Pada kondisi usaha yang bagus, dengan menggunakan utang menjadi modal usaha dapat meningkatkan kecepatan kemajuan perusahaan bila perusahaan bisa memaksimalkan operasional usahanya untuk menerima return sesuai dengan yang dibutuhkan, sebagai akibatnya hal tadi pula bisa membuat para penanam modal menduga jika perusahaan yang mempunyai utang yang tinggi bisa memberikan perusahaan tersebut mempunyai peluang usaha yang bagus untuk kedepannya, yang dalam kesimpulannya akan mempengaruhi terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan memerlukan dana yang sungguh tinggi buat mendukung operasionalnya, serta salah satu metode lain pemenuhannya ialah menggunakan modal asing (utang) jika modal individu tidak akan memadai (Wahyudi, 2023).

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran suatu perusahaan yang kategori besar atau kecilnya perusahaan berdasarkan pada total asset, total penjualan serta rata-rata tingkat penjualan. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi tiga kategori yaitu, perusahaan skala besar, perusahaan skala menengah dan perusahaan skala kecil. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber dana internal atau eksternal,

yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan perusahaan (Puspitaningrum & Hanah, 2024).

Ukuran Perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai ekuitas, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Perhitungan ukuran perusahaan biasanya dilakukan dengan menggunakan rumus *Logaritma Natural* terhadap total aset perusahaan atau juga total penjualan perusahaan (Wijaya, 2023).

Ukuran perusahaan adalah pengelompokan suatu perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Simbolon et al., 2024).

Ukuran perusahaan adalah jumlah aset yang besar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang besar dengan mengelola aset yang tersedia dengan maksimal dan perencanaan yang matang, sehingga dapat memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran

atau skala besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. (I. Dewi & Wirawati, 2024).

2.2 Telaah Peneliti Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan dijadikan sebagai dasar acuan dari masing-masing variabel yaitu profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini juga disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Clarinda et al., (2023)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan	Variabel Independen: Profitabilitas, struktur modal ukuran perusahaan Variabel Dependen: Nilai perusahaan	Metode Analisis: Regresi linier berganda	profitabilitas, struktur modal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
2	Putranto et al., (2022)	Pengaruh Profitabilitas,	Variabel Independen:	Analisis: Regresi	Hasil penelitian menunjukkan

		Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas Struktur modal, dan ukuran perusahaan Variabel Dependen: Nilai perusahaan	linier berganda	bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal, tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	Kusumaningrum et al., (2022)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Profitabilitas struktur modal, ukuran perusahaan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Metode Analisis: regresi data panel	profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	Yuniastri et al., (2021)	Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan	Variabel Independen: profitabilitas	Metode Analisis: Regresi	Secara parsial variable ukuran perusahaan

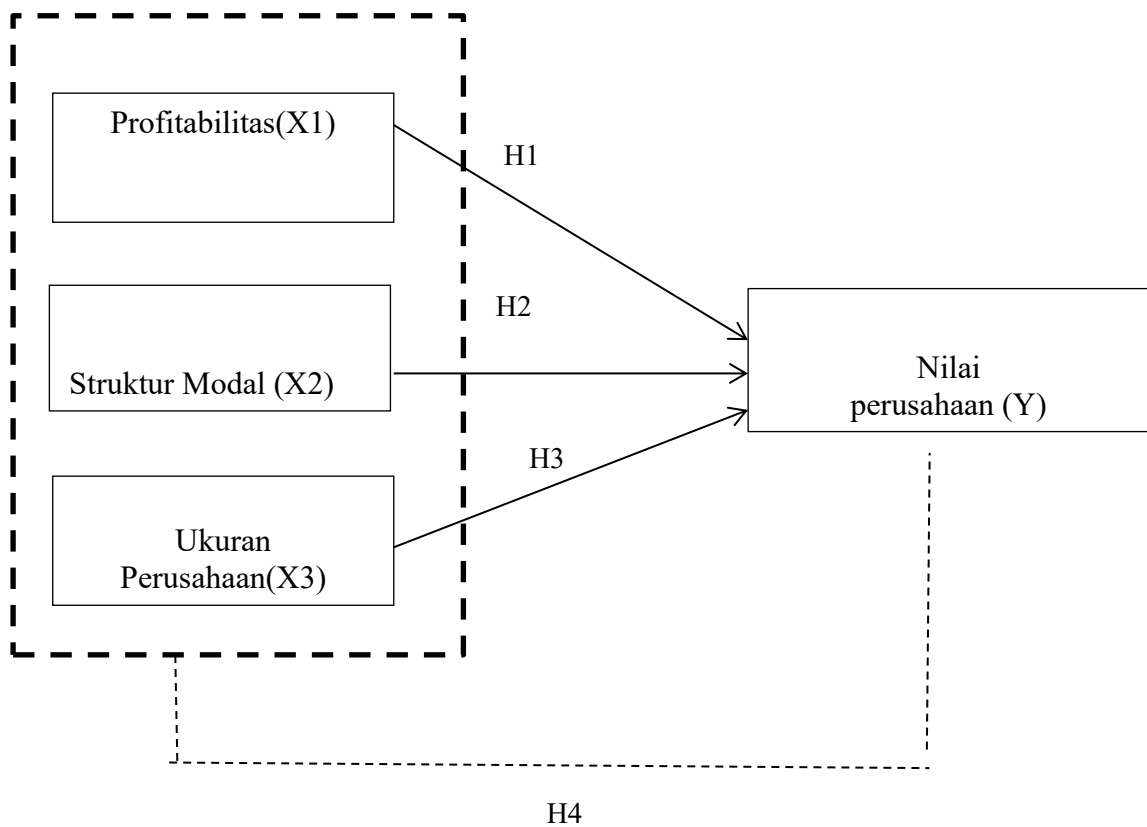
		terhadap Nilai perusahaan	ukuran perusahaan Variabel Dependen: Nilai perusahaan	data panel	berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan
5	(Amrulloh & Amalia, 2020)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: profitabilitas struktur modal, ukuran perusahaan Variabel Dependen: Nilai perusahaan	Analisis: Regresi Linier Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
6	(Rahmah & Fitri, 2020)	Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, Dan Ukuran.	Variabel Independen: profitabilitas struktur modal, ukuran perusahaan	Analisis: Regresi Linier Berganda	profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan

		Perusahaan Terhadap Nilai	Variabel Dependen: Nilai perusahaan		terhadap nilai perusahaan
--	--	---------------------------------	--	--	------------------------------

2.3 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini terdapat variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Dimana variabel independennya adalah Profitabilitas (X1), Struktur Modal (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3), sedangkan variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan (Y). Alur pemikiran dalam penjelasan penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

ROA merupakan rasio yang menggambarkan efisiensinya perusahaan ketika mempergunakan asetnya dalam menghasilkan keuntungan. Dalam konteks signaling theory, ROA yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bahwa manajemen mampu menggunakan aset perusahaan dengan efektif serta bisa menambah kepercayaan investor serta nilai dari perusahaan itu sendiri.

Para investor dapat membaca dan menganalisa laporan keuangannya perusahaan serta menentukan apakah perusahaan terkait layak menerima sejumlah uang yang akan di investasikan. Teori sinyal positif menunjukkan bahwa investor membaca bahwa perusahaan tersebut mengalami kenaikan laba atau keuntungan selama satu periode (Harmono et al., 2023). Return on assests yang tinggi dapat mewakili perusahaan untuk menarik minat investor dalam menginvestasikan sejumlah dana nya (Rizka, 2021).

Ardian et al. (2021) menunjukan bahwa profitabilitas ROA mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, dimana ROA yang lebih tinggi menandakan nilai perusahaan lebih baik, sementara Khalifaturofi'ah & Setiawan (2024) menemukan ROA memberikan pengaruh positif terhadap Nilai perusahaan. Sesuai yang dijelaskan di atas, bisa dibentuk sebuah hipotesis:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal merupakan komponen dana jangka panjang suatu perusahaan yang meliputi sisi kanan neraca perusahaan kecuali hutang lancar. Dalam konteks

teori sinyal, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai petunjuk yang diberikan kepada investor yang menjelaskan tentang cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang. *Capital Structure* (Struktur Modal) merupakan komposisi modal perusahaan yang dilihat dari sumbernya, khususnya yang menunjukkan porsi dari modal perusahaan yang berasal dari sumber utang dan sekaligus modal yang berasal dari pemilik. Keputusan pendanaan perusahaan berkaitan dengan penentuan sumber-sumber dana yang digunakan untuk membiayai usulan-usulan investasi yang telah diputuskan sebelumnya (Dewi *et al.*, 2023).

Pradnyani & Widhiastuti (2024) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti Penambahan utang dapat menambah besarnya risiko pada aliran pendapatan perusahaan dimana dipengaruhi oleh faktor luar perusahaan. Sedangkan utang dapat mengakibatkan beban tetap dengan tanpa melihat seberapa besarnya pendapatan perusahaan. Dengan demikian, bertambah besarnya utang, maka semakin tinggi kemungkinan kebangkrutan yang berhubungan dengan ketidak sanggupannya perusahaan ketika membayar biaya bunga serta pokoknya. Dari paparan di atas dapat di duga hipotesis sebagai berikut:

H2: Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dijadikan acuan *stakeholder* (pemangku kepentingan) sebelum memutuskan pihak mana yang dapat dikontrak untuk melakukan suatu jasa yang bisa memberikan keuntungan bagi *stakeholder*. Ukuran perusahaan

didefinisikan sebagai susunan dan jumlah yang dapat diproduksi dan peluang yang dipunyai perusahaan dalam menentukan layanan apa saja yang dapat diberikan oleh perusahaan terhadap klien secara bersamaan. Semakin besar suatu perusahaan semakin besar pengaruhnya terhadap para pemangku kepentingan, perusahaan berukuran besar cenderung mengungguli perusahaan kecil (Monika et al., 2022).

Puspitasari & Indriastuti (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Dari paparan di atas , dapat di duga hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan