

BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal atau *signalling theory* menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih banyak memberikan informasi kepada pihak yang mempunyai informasi lebih sedikit untuk mengurangi asimetri informasi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) dalam penelitiannya mengenai pasar tenaga kerja yang menunjukkan bahwa pihak yang memiliki informasi lebih lengkap akan memberikan sinyal tertentu kepada pihak eksternal untuk menunjukkan kualitas yang dimilikinya.

Menurut Jannah *et al.* (2025) *signalling theory* menjelaskan bahwa organisasi dapat meminimalkan ketidakpastian informasi dengan memberikan berbagai bentuk sinyal kepada para pemangku kepentingan melalui informasi yang dipublikasikan. Sinyal tersebut dapat berupa kebijakan keuangan, laporan keuangan, pengungkapan informasi secara sukarela, maupun aktivitas perusahaan lainnya yang mencerminkan prospek dan keadaan perusahaan di masa mendatang. Informasi yang disampaikan tersebut diharapkan mampu memengaruhi persepsi investor dan pemangku kepentingan dalam menilai kualitas perusahaan serta menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam konteks perusahaan, manajemen sebagai pihak internal memiliki akses informasi yang lebih luas mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan

investor atau pihak eksternal. Oleh karena itu, informasi yang dipublikasikan perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal bagi pasar untuk menilai kinerja dan prospek perusahaan. Informasi yang disampaikan dapat berupa informasi positif maupun negatif.

Bentuk tujuan akhir dari pengiriman sinyal tersebut adalah nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan, dimana peningkatan indikator ini berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Anggita & Andayani, 2022). Nilai perusahaan juga meningkat seiring kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan mengelola aset, seperti pertumbuhan penjualan maupun perputaran aset (Elisa & Amanah, 2021; Hasangapon *et al.*, 2021). Di samping itu, kualitas audit yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kredibilitas laporan keuangan perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan (Widyadi & Widiatmoko, 2023; Atika *et al.*, 2022)

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan konsep penting dalam manajemen keuangan yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Terdapat beberapa tujuan utama yang melandasi pendirian suatu perusahaan. Pertama, perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba secara optimal guna menjaga keberlangsungan perusahaannya. Kedua, perusahaan berupaya meningkatkan kesejahteraan milik pemilik atau pemegang saham melalui pembagian keuntungan yang dihasilkan (Hapsila *et al.*, 2023). Ketiga, perusahaan

juga memiliki tujuan untuk menghasilkan nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga saham di pasar (Mulyadi, 2024).

Menurut Azizah & Widyawati (2021), tingkat nilai perusahaan yang tinggi mampu memperkuat kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun terhadap potensi dan prospek perusahaan di masa depan. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi merupakan harapan pemegang saham, karena hal tersebut mencerminkan tingkat kesejahteraan pemilik serta menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai kinerja yang sesuai dengan ekspektasi.

Menurut Alviany & Wijayanti (2023), terdapat beberapa indikator untuk mengukur nilai perusahaan, adapun indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Price to Book Value* (PBV), adalah indikator untuk mengukur harga saham dibandingkan dengan nilai buku perlembar saham.
- b. *Price to Earning Ratio* (PER), adalah indikator untuk mengukur nilai perusahaan dengan menghitung harga per saham dibandingkan dengan laba per saham.
- c. *Tobin's Q*, adalah indikator yang mengukur harga aset perusahaan dibagi dengan biaya penggantian aset perusahaan.

Indikator yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PBV). Pemilihan *Price to Book Value* dikarenakan PBV mampu mencerminkan sejauh mana pasar menghargai nilai buku ekuitas perusahaan. Dengan menggunakan PBV perusahaan yang mengalami kerugian tetap dapat dihitung nilai perusahaannya, serta

kemudahan untuk memperoleh informasi juga lebih diuntungkan dibandingkan dengan indikator lainnya.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kapasitas entitas dalam memperoleh keuntungan yang berhubungan dengan penjualan, keseluruhan aset, serta ekuitas yang dimiliki (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Tingginya profitabilitas mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja keuangan yang optimal yang kemudian mendorong ketertarikan investor untuk berinvestasi. Profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas, yang juga sering disebut sebagai rasio keuntungan atau rasio rentabilitas (Noviyanti & Ruslim, 2021).

Menurut Astuti *et al.* (2021) rasio yang dapat digunakan untuk menilai profitabilitas adalah sebagai berikut:

- a. *Return on Assets* (ROA), adalah rasio yang mengukur laba bersih terhadap penggunaan total aset.
- b. *Return on Equity* (ROE), adalah rasio yang menunjukkan hasil dari laba bersih berdasarkan penggunaan ekuitas perusahaan.
- c. *Gross Profit Margin* (GPM), adalah rasio yang mengukur besarnya persentase laba kotor dibandingkan dengan pendapatan.

- d. *Operating Profit Margin* (OPM), adalah rasio yang digunakan untuk mengukur persentase sisa pendapatan setelah dikurangi semua biaya operasional namun sebelum memperhitungkan beban bunga dan pajak.
- e. *Net Profit Margin* (NPM), adalah rasio yang digunakan untuk mengukur persentase perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasionalnya.

Return on Assets (ROA) adalah rasio yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur nilai profitabilitas. ROA mencerminkan efisiensi penggunaan aset dalam menghasilkan laba (Alviany & Wijayanti, 2023). Penggunaan ROA sebagai indikator profitabilitas didasarkan pada karakteristik perusahaan sektor industrial yang memiliki proporsi aset tetap relatif besar, seperti mesin, pabrik, dan peralatan produksi. Oleh karena itu, ROA dinilai lebih relevan karena mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki.

2.1.4 Likuiditas

Likuiditas merupakan kapasitas perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Hal ini penting diperhatikan, mengingat kegagalan dalam memenuhi kewajiban tersebut dapat berimplikasi pada kondisi kebangkrutan perusahaan (Anggita & Andayani, 2022). Likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan sumber daya yang cukup guna melunasi kewajiban jangka pendek, termasuk utang usaha, beban yang masih harus dibayar, dan liabilitas lancar lainnya. Di sisi lain,

rendahnya likuiditas dapat mengisyaratkan adanya risiko finansial, mengingat perusahaan kemungkinan menghadapi kesulitan dalam memenuhi kewajiban tersebut.

Menurut Astuti *et al.* (2021), untuk mengukur likuiditas dapat menggunakan rasio-rasio sebagai berikut:

- a. *Current Ratio* (CR), adalah rasio yang mengukur kapasitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya melalui penggunaan aset yang tersedia.
- b. *Quick Ratio* (QR), adalah rasio yang mengukur kapasitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya melalui penggunaan aset lancar tanpa perhitungan persediaan.
- c. *Cash Ratio* atau rasio kas, adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan melalui penggunaan kas.

Pada penelitian ini rasio untuk mengukur likuiditas adalah menggunakan rasio lancar atau *current ratio* (CR). Pemilihan *current ratio* sebagai indikator untuk mengukur likuiditas alat ukur likuiditas yang paling umum dan lazim digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Peningkatan rasio likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas yang lebih baik dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya (Kumala & Armansyah, 2023).

2.1.5 *Leverage*

Dalam konteks keuangan perusahaan, *leverage* merujuk pada penggunaan dana dengan biaya tetap, terutama utang. Menurut Alviany & Wijayanti (2023) rasio *leverage* berfungsi sebagai ukuran yang menunjukkan perbandingan antara dana yang disalurkan oleh pemilik perusahaan dan pembiayaan yang diberikan oleh pihak kreditor. Dengan demikian, leverage merupakan ukuran yang menunjukkan proporsi penggunaan utang terhadap modal perusahaan dalam membiayai aktivitas operasional dan investasi. Diharapkan, dengan memanfaatkan utang, perusahaan dapat memperoleh respon yang menguntungkan dari pihak luar.

Menurut (Urifah et al., 2024), terdapat berbagai indikator yang dapat mengukur leverage, diantaranya sebagai berikut:

- a. Debt to Equity Ratio (DER), adalah indikator yang mengukur total utang dengan total ekuitas.
- b. Debt to Asset Ratio (DAR), adalah indikator untuk mengukur total utang perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimiliki perusahaan.
- c. *Capital Adequacy Ratio* (CAR), adalah indikator untuk mengukur modal bank dibandingkan dengan aktiva tertimbang menurut resiko.

Dalam penelitian ini *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur nilai *leverage*. Pemilihan DER didasarkan pada keterkaitannya dengan yang menggunakan nilai buku ekuitas sebagai komponen utama pengukuran. Oleh karena itu, DER dinilai relevan untuk digunakan karena

secara langsung menggambarkan struktur pendanaan perusahaan yang berkaitan erat dengan nilai ekuitas yang menjadi dasar perhitungan nilai perusahaan (PBV).

2.1.6 Pertumbuhan Penjualan

Dalam konsep ekonomi dan keuangan, pertumbuhan (*growth*) mengacu pada peningkatan kapasitas seperti produksi, pendapatan, atau nilai aset pada suatu entitas. Menurut Rizal & Sari (2022), pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang dapat diartikan sebagai perubahan dari tahun ke tahun dalam penjualan perusahaan yang menjadi indikator untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan keberhasilan perusahaan pada kegiatan operasional seperti perluasan pangsa pasar, peningkatan pada permintaan barang atau jasa, dan efektivitas dalam strategi pemasaran (Laowo & Simangunsong, 2026).

Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah *et al.* (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan terjadinya perkembangan perusahaan. Kenaikan penjualan yang disertai dengan peningkatan laba akan semakin meningkatkan kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan diikuti juga oleh peningkatan pada laba perusahaan. Hal ini yang akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Elisa & Amanah, 2021).

2.1.7 Perputaran Aset

Perputaran aset yang biasa diindikasikan dengan *Total Assets Turn Over* (TATO) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai tingkat efisiensi penggunaan seluruh aset perusahaan dalam mendukung aktivitas penjualan, dengan cara membandingkan antara penjualan dan total aset. Apabila nilai penjualan melebihi total aset, maka tingkat pengembalian laba yang diperoleh perusahaan dalam menghasilkan keuntungan lebih besar (Kurniawan, 2021). Rasio ini menjadi salah satu ukuran penting dalam analisis kinerja keuangan karena menunjukkan tingkat produktivitas aset dalam aktivitas operasional perusahaan.

Nilai perputaran aset yang tinggi mencerminkan bahwa aset yang dimiliki perusahaan telah digunakan secara efisien untuk mendukung peningkatan penjualan, sedangkan nilai yang rendah menunjukkan kurang optimalnya pemanfaatan aset dalam menciptakan output ekonomi. Dalam beberapa penelitian, perputaran aset terbukti memiliki peran dalam menjelaskan kinerja perusahaan, baik dari sisi profitabilitas maupun nilai perusahaan, karena efisiensi penggunaan aset berkaitan langsung dengan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (Imanuel & Susanti, 2023).

2.1.8 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*Size*) dapat diartikan sebagai parameter yang mengklasifikasikan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, yang ditentukan melalui besarnya total aset yang dimiliki (Wulandari et al., 2026). Kenaikan nilai perusahaan dapat tercermin dari besarnya ukuran perusahaan, di mana ukuran

tersebut dapat ditentukan berdasarkan data yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan diyakini berkontribusi terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung lebih mudah memperoleh pendanaan untuk mendukung pencapaian tujuan (Meifari, 2023)

Menurut Hashmi et al. (2020) ukuran perusahaan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- a. Total aset, adalah indikator untuk mengukur ukuran perusahaan dengan menghitung logaritma normalitas (Ln) total aset yang dimiliki perusahaan.
- b. Total penjualan, adalah indikator untuk mengukur ukuran perusahaan dengan menghitung total penjualan yang dimiliki perusahaan dikalikan dengan logaritma normalitas (Ln).
- c. Kapitalisasi pasar, adalah indikator untuk mengukur ukuran perusahaan dengan menghitung logaritma normalitas (Ln) dikalikan dengan *market cap* yang dimiliki perusahaan.
- d. Jumlah karyawan, adalah indikator untuk mengukur ukuran perusahaan dengan menghitung total jumlah karyawan diikuti logaritma normalitas (Ln).

Dalam penelitian ini untuk mengukur ukuran perusahaan menggunakan indikator Total Aset. Pemilihan Total aset untuk mengukur ukuran perusahaan dikarenakan total aset mencakup semua sumber daya yang dimiliki perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam kondisi perkembangan dan pertumbuhan yang baik. Karena perusahaan dipandang

lebih mampu bertahan dan menghasilkan keuntungan di masa depan, investor menjadi lebih tertarik untuk berinvestasi.

2.1.9 Kualitas Audit

Kualitas audit mencerminkan tingkat keandalan informasi akuntansi yang disajikan oleh auditor (Nurfajri *et al.*, 2022). Konsep ini diartikan sebagai kinerja auditor dalam memberikan jasa profesional kepada klien. Auditor eksternal memiliki peran penting dalam meminimalkan asimetri informasi antara manajemen dan para pemangku kepentingan. Dalam pelaksanaannya, auditor bertanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan serta verifikasi terhadap laporan keuangan perusahaan.

Berdasarkan pendapat (Widyadi & Widiatmoko, 2023) kualitas audit menggambarkan kemungkinan auditor untuk menemukan kesalahan penyajian yang bersifat material dalam laporan keuangan klien dan melaporkannya dalam bentuk opini wajar tanpa pengecualian. Oleh karena itu, kualitas audit menjadi indikator penting yang menunjukkan keandalan laporan keuangan perusahaan serta citra profesional akuntan publik.

Dalam penelitian ini kualitas audit diproksikan menggunakan variabel dummy berdasarkan ukuran KAP, yaitu KAP *Big Four* (Deloitte, Ernst & Young, KPMG, dan Pricewaterhouse Coopers) diberikan nilai 1 dan KAP selain *Big Four* diberikan nilai 0 (Firdarini, 2023). Hal ini didasarkan oleh KAP *Big Four* memiliki independensi yang lebih tinggi, sumber daya yang lebih memadai, dan reputasi yang

menjadi jaminan kualitas audit. Maka dari itu, perusahaan yang menggunakan KAP *Big Four* sebagai auditor eksternalnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dimanfaatkan sebagai dasar pembandingan serta referensi dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pada bagian kajian pustaka, peneliti menyajikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan topik yang diteliti. Adapun penelitian terdahulu tersebut diantaranya adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Azizah & Widyawati (2021)	Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI	<i>Return on Assets</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Current Ratio</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2.	Noviyanti & Ruslim (2021)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas (ROA) dan rasio aktivitas (TATO) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi, struktur modal (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	Anggita & Andayani (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,	Ukuran perusahaan yang diindikasikan dengan Ln Assets berpengaruh positif

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan	terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diindikasikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang diindikasikan dengan CR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Leverage yang diindikasikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	Perabawati <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh Aset Tak Berwujud, Kebijakan Keuangan, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ45	<i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>asset turnover</i> dan <i>return on assets</i> berpengaruh positif signifikan sedangkan perhitungan dengan current ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Fajriah <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Immanuel & Susanti (2023)	<i>The Effect of Profitability, Leverage, and Total Asset Turnover on Firm Value in Property and Real Estate Companies Listed in the</i>	Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel <i>leverage</i> dan total asset turnover memiliki pengaruh negatif dan

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Indonesia Stock Exchange (IDX)</i>	signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Widyadi & Widiatmoko (2023)	Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report dan Kualitas Audit terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur 2016 – 2020	Kualitas audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	Jamiah & Hadi (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan solvabilitas secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
9.	Fazli & Priyanto (2025)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt. Semen Indonesia Tbk Periode 2014 - 2023	Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
10.	Khalifaturofi'ah & Setiawan (2025)	<i>Profitability's impact on firm value in Indonesia's real estate firms: a panel data investigation.</i>	Profitabilitas (ROA), tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (<i>Size</i>) memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara rasio aktivitas (TATO) dan <i>leverage</i> (DER) memiliki dampak positif dan signifikan. Likuiditas (CR) dan pertumbuhan perusahaan (TAG) tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

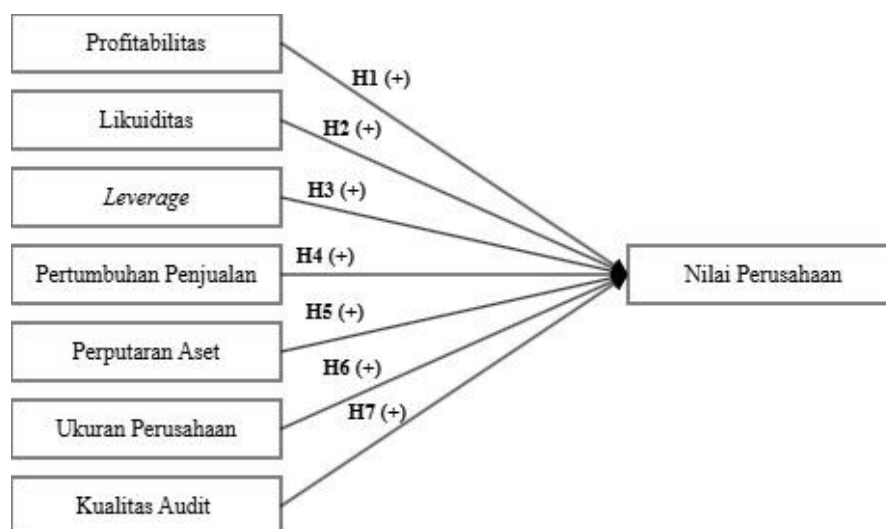
Sumber: Data diolah, 2026

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini didasarkan pada *Signalling Theory*, yang menjelaskan bahwa informasi keuangan dan non-keuangan yang disampaikan perusahaan akan menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kondisi serta prospek perusahaan di masa mendatang. Sinyal tersebut dapat berupa berbagai indikator seperti profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), *leverage* (DER), pertumbuhan penjualan (SG), perputaran aset (TATO), ukuran perusahaan (Size), dan kualitas audit (KA). Respon investor terhadap sinyal ini akan memengaruhi keputusan investasi yang kemudian akan berdampak pada nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *Price to Book Value* (PBV).

Pembahasan mengenai profitabilitas, likuiditas, *leverage*, pertumbuhan penjualan, perputaran aset, ukuran perusahaan, dan kualitas audit dalam penelitian

ini dirangkum dalam sebuah kerangka pemikiran yang dapat digambarkan dengan bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *signalling theory* profitabilitas terletak pada peran laba sebagai sinyal utama yang digunakan manajemen untuk menyampaikan informasi mengenai kinerja dan prospek perusahaan kepada investor (Ulfa & Effendy, 2025). Bagi pemegang saham, profitabilitas menjadi daya tarik utama karena mencerminkan hasil yang diperoleh dari pengelolaan dana yang telah diinvestasikan. Selain itu menurut Hidayat & Khotimah (2022), profitabilitas juga mencerminkan bagaimana laba didistribusikan, baik dalam bentuk reinvestasi maupun pembayaran dividen dalam bentuk tunai atau saham kepada pemilik.

Jika profitabilitas meningkat, maka investor akan menangkap sinyal bahwa kinerja perusahaan saat inipun meningkat diikuti dengan peningkatan pada nilai perusahaan. Sejalan dengan temuan penelitian Ambarwati & Vitaningrum (2021), Noviyanti & Ruslim (2021), dan Imanuel & Susanti (2023) yang menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan *signalling theory*, kemampuan perusahaan dalam menjaga tingkat likuiditas dapat menjadi sinyal positif bagi investor karena menunjukkan stabilitas keuangan perusahaan dan rendahnya risiko gagal bayar (Trisnayanti *et al.*, 2025). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kondisi keuangan yang baik dan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga permintaan terhadap saham meningkat dan berdampak pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian oleh Anggita & Andayani (2022) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sejalan dengan temuan Wardani & Tjahyono (2025) bahwasanya likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin tinggi

pula nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *signalling theory*, kebijakan pendanaan utang akan direspons oleh pasar sebagai suatu sinyal mengenai prospek perusahaan (Wijaya & Setijaningsih, 2025). Tingkat leverage yang tinggi dapat menjadi sinyal positif apabila menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan pendanaan eksternal secara produktif untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai leverage menunjukkan tingginya investor yang percaya pada perusahaan tersebut. Kondisi ini dapat meningkatkan kepercayaan calon investor lainnya terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Hal tersebut akan menyebabkan meningkatkan permintaan pada saham dan diikuti oleh naiknya nilai perusahaan.

Temuan dari penelitian Noviyanti & Ruslim (2021) mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, peningkatan *leverage* cenderung diikuti oleh kenaikan pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan *signalling theory*, perusahaan akan menyampaikan informasi yang dapat mencerminkan prospek usahanya kepada investor. Salah satu informasi

yang menjadi perhatian investor adalah pertumbuhan penjualan. Peningkatan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan operasionalnya dan mampu meningkatkan permintaan terhadap produknya. Kondisi tersebut dipersepsikan sebagai sinyal positif bagi investor terkait keberlanjutan dan kinerja perusahaan di masa mendatang.

Sinyal positif perusahaan kepada investor mampu meningkatkan tingkat kepercayaan investor, sehingga mendorong kenaikan permintaan terhadap saham perusahaan. Peningkatan permintaan tersebut kemudian berimplikasi pada naiknya harga saham perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian milik Rahadjeng *et al.* (2025) dan Elisa & Amanah (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H4: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.5 Pengaruh Perputaran Aset terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *signalling theory* peningkatan nilai TATO dapat memberikan sinyal positif terhadap investor. Semakin tinggi nilai perputaran aset perusahaan, maka semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan, yang mencerminkan kinerja operasional yang baik (Noviyanti & Ruslim, 2021). Sebaliknya, nilai perputaran aset yang rendah mengindisikan bahwa aset yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan beban operasional perusahaan (Hasangapon *et al.*, 2021).

Peningkatan nilai TATO menunjukkan pertumbuhan prospek perusahaan yang semakin baik dikarenakan adanya peningkatan keuntungan dari kegiatan penjualan perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mengelola aset secara efektif tentunya dapat menjadi sinyal positif terhadap investor. Sinyal positif tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor, yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan karena mendorong peningkatan permintaan saham. Penelitian oleh Afifawati *et al.* (2021) menunjukkan bahwa perputaran aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Hasangapon *et al.* (2021) dan Noviyanti & Ruslim (2021) yang menyatakan bahwa perputaran aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang diajukan penelitian ini adalah:

H5: Perputaran aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dengan *signalling theory* perusahaan berukuran besar cenderung menunjukkan stabilitas yang lebih tinggi dan besarnya aset yang dimiliki mencerminkan kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan menghasilkan laba secara optimal, sehingga lebih dapat dipercaya oleh para investor dan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Atika *et al.* (2022) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki akses yang luas terhadap pasar modal. Akses yang lebih mudah ini meningkatkan kapasitas dalam memperoleh sumber pendanaan, karena kemudahan dalam menjangkau pasar modal memungkinkan perusahaan menghimpun dana jumlah yang lebih besar. Kapasitas tersebut

memungkinkan perusahaan untuk lebih leluasa dalam mengembangkan usaha dan mengoptimalkan kinerja operasionalnya. Sejalan dengan penelitian Hidayat & Khotimah (2022) dan Afifawati *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H6: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.7 Pengaruh Kualitas Audit terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan signalling theory, perusahaan akan berusaha memberikan sinyal positif kepada investor melalui penyajian laporan keuangan yang berkualitas dan dapat dipercaya. Salah satu sinyal tersebut adalah penggunaan auditor dengan reputasi tinggi, seperti Kantor Akuntan Publik (KAP) *Big Four*. Investor memanfaatkan laporan keuangan yang umumnya memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap informasi kinerja perusahaan yang telah melalui proses audit oleh auditor yang professional (Widyadi & Widiatmoko, 2023).

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Widyadi & Widiatmoko, 2023 dan Atika *et al.*, 2022) . Dengan demikian, sesuai dengan *signalling theory* audit berkualitas diperlukan untuk menjaga kredibilitas yang mengurangi asimetri informasi, dimana pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan harga saham yang diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H7: Perusahaan yang diaudit oleh KAP *Big Four* memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang diaudit oleh KAP *non-Big Four*.