

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Deskripsi Teoritis

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan bahwa terdapat ketidakseimbangan informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan informasi tersebut. Dalam konteks ini, perusahaan menggunakan laporan keuangan sebagai sarana untuk menyampaikan sinyal-sinyal kepada pasar modal. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik secara sengaja akan memberikan sinyal kepada pasar. Dengan melakukan hal ini, diharapkan pasar dapat membedakan antara perusahaan yang berkualitas baik dan perusahaan yang berkualitas buruk. Untuk memastikan efektivitas sinyal tersebut, penting agar pasar dapat menangkap sinyal tersebut dengan baik, memiliki persepsi yang positif terhadapnya, dan sulit ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Hartono, 2002).

Perusahaan yang memiliki keyakinan bahwa mereka memiliki prospek yang baik di masa depan cenderung akan berkomunikasi mengenai hal tersebut kepada para investor. perusahaan dengan kualitas baik ditemukan memberikan sinyal melalui penyampaian laporan keuangan tepat waktu. Hal ini tidak dapat ditiru oleh perusahaan dengan kualitas buruk, karena perusahaan yang berkualitas buruk cenderung tidak mematuhi tenggat waktu dalam penyampaian laporan keuangan mereka. sinyal yang diberikan oleh perusahaan berkualitas baik dianggap sebagai berita baik (*good news*), sementara sinyal yang diberikan oleh perusahaan

berkualitas buruk dianggap sebagai berita buruk (*bad news*). Sebuah perusahaan seharusnya memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai tindakan yang telah dilakukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan pemilik perusahaan. Sinyal tersebut dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa manajer menggunakan sinyal ini untuk mengurangi ketimpangan informasi antara mereka dan pengguna laporan keuangan. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan yang menunjukkan penerapan kebijakan akuntansi konservatif. Kebijakan ini menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena mencegah perusahaan melakukan manipulasi laba yang berlebihan, serta membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan nilai aset yang tidak terlalu dilebih-lebihkan (Jama'an, 2018).

Teori sinyal akan memberikan informasi mengenai faktor-faktor internal perusahaan seperti struktur pendanaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang menyebabkan perubahan-perubahan terhadap harga saham suatu perusahaan di bursa efek, sehingga nilai suatu perusahaan memberikan sinyal yang positif bagi investor untuk lebih tertarik melakukan investasi (Paramitha, 2019). Dengan memberikan informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan perusahaan yang akurat dan terpercaya akan mendorong minat investor maupun publik tentang prospek perusahaan yang lebih baik, hal ini bisa dilihat dari kelengkapan laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perusahaan mengharapkan manajer untuk dapat meningkatkan pertumbuhan yang tinggi dimasa depan, maka perusahaan akan mencoba untuk member signal kepada investor melalui *account*

(rekening) pada laporan keuangan. Salah satu informasi yang wajib diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan adalah informasi tentang laba perusahaan. Hal ini merupakan salah satu signal perusahaan untuk menarik investor atau pihak di luar perusahaan untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan tersebut.

2.1.1 2.1.2 Nilai Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2008: 7), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai jumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Sudana (2019) juga menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai saat ini dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan akan diterima di masa depan. Memaksimalkan nilai perusahaan memiliki signifikansi yang besar bagi perusahaan, karena hal itu juga berarti mencapai tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering kali dikaitkan dengan harga saham. Ketika harga saham tinggi, nilai perusahaan cenderung tinggi, dan ini secara otomatis juga meningkatkan tingkat pengembalian perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan tujuan perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan juga pada prospek perusahaan di masa depan. Apabila perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan yang mempunyai prospek yang bagus dimasa yang akan datang, nilai saham akan menjadi semakin tinggi. Sebaliknya, apabila

perusahaan dinilai kurang mempunyai prospek maka harga saham menjadi lemah (Azhari, 2018). Nilai perusahaan yang tinggi membuat investor memiliki keyakinan tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek perusahaan di masa depan.

2.1.2.2 Tipe-Tipe Nilai Perusahaan

Menurut Jagiyanto (2009:121) ada beberapa nilai yang berhubungan dengan harga saham yaitu:

1) Nilai buku

Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan perusahaan emiten. Untuk menghitung nilai buku suatu saham, beberapa nilai yang berhubungan dengan dengannya perlu diketahui. Nilai-nilai ini adalah nilai nominal (*par value*), agio saham (*additional paid-in capital atau in excess of par value*), nilai modal yang disetor (*paid-in capital*) dan laba yang ditahan.

2) Nilai pasar (*market value*)

Nilai pasar berbeda dengan nilai buku. Jika nilai buku merupakan nilai yang dicatat pada saat saham dijual oleh perusahaan, maka nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar. Nilai pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar bursa.

3) Nilai intrinsik

Nilai intrinsik merupakan nilai sebenarnya dari saham tersebut. Nilai seharusnya ini disebut juga nilai fundamental (*fundamental value*). Ada dua macam analisis yang banyak digunakan untuk menentukan nilai

sebenarnya dari saham yaitu analisis sekuritas fundamental dan analisis teknis. Analisis teknis banyak digunakan oleh praktisi dalam menentukan harga saham, sedangkan analisis fundamental banyak digunakan oleh akademisi.

Menurut Weston dan Copeland (1996:143) menambahkan 3 tipe nilai yaitu :

1) Nilai Likuidasi versus nilai perusahaan berjalan

Nilai likuidasi adalah jumlah yang dapat direalisasi jika sebuah atau sekelompok aktiva dijual secara teisah dari organisasi yang telah menggunakannya. Sedangkan nilai perusahaan berjalan yaitu sebagai badan usaha yang masih beroperasi, bagi perusahaan atau individu lain.

2) Nilai buku versus nilai pasar

Nilai buku yaitu nilai aktiva yang dicatat dalam akuntansi harus dibedakan dari nilai pasar (*Market Value*), yaitu harga jual suatu barang. Nilai pasar akan tergantung pada laba, sedangkan nilai buku mencerminkan nilai historis.

3) Nilai pasar versus nilai wajar atau nilai intrinsik.

Nilai pasar suatu surat berharga bisa diketahui pada setiap waktu, namun nilai wajarnya bagi investor yang berlainan bisa berbeda.

2.1.2.3 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa indikator diantaranya *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), dan *Tobins Q*. Dalam penelitian ini menggunakan indikator *Price Book value* (PBV). Rasio harga saham terhadap nilai buku atau *Price to Book Value Ratio* merupakan perbandingan antara harga suatu saham terhadap nilai buku per lembar saham tersebut. PBV

memperlihatkan berapa kali besarnya penilaian publik terhadap harga buku atau nilai perusahaan persaham yang tercermin dalam harga pasar di Bursa. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas satu. Menurut Hermuningsih (2012) rasio ini dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

2.1.2 2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Munawir (2014) Rentabilitas atau *profitability* adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktiva secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Menurut Sudana (2019), rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk memperoleh informasi yang bermanfaat dari laporan keuangan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang ada, seperti aset, modal, atau penjualan perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang meningkat akan memberikan sinyal yang positif mengenai kinerja perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan, hal ini dikarenakan apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan

juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba. Dengan baiknya kinerja perusahaan maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan atau laba merupakan jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan. Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Bagi kreditor, laba perusahaan merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman yang mereka berikan. Sedangkan bagi investor ekuitas, laba perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan perubahan nilai efek atau saham yang mereka miliki. Yang terpenting bagi perusahaan adalah bagaimana laba tersebut dapat memaksimalkan nilai bagi pemegang saham, bukan hanya seberapa besar jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Dewi dan Ary, 2013).

2.1.3.2 Tujuan Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan atau bagi pihak luar (Astuti, 2019) yaitu:

- 1) Untuk menilai atau menghitung keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Pengukuran ini bertujuan untuk memahami kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperlukan oleh pihak-pihak yang memerlukan informasi tersebut sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi.

- 2) Untuk membandingkan posisi keuntungan perusahaan antara tahun lalu dan tahun ini. Pengukuran ini dilakukan untuk mengamati pertumbuhan laba perusahaan.
- 3) Untuk memantau perkembangan laba dari waktu ke waktu. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Pengukuran dilakukan untuk melihat seberapa efisien perusahaan dalam penggunaan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Pengukuran dilakukan untuk melihat bagaimana perusahaan mengoptimalkan laba untuk dijadikan modal bagi perusahaan.

2.1.3.2 Indikator Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur menggunakan beberapa indikator *Return On Aset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin*. Dalam penelitian ini menggunakan indikator return on aset. ROA dipilih sebagai ukuran profitabilitas karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk mencapai laba. Semakin tinggi nilai ROA, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba bersih yang sesuai dengan total aset yang dimiliki. Hal ini berdampak pada kenaikan harga saham. Jika perusahaan diprediksi memiliki prospek yang baik di masa depan, nilai sahamnya akan meningkat. Menurut (Kurniasih, 2013) ROA dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2.1.3 2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun (Brigham & Houston, 2011). Ukuran perusahaan adalah suatu metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan ke dalam kategori perusahaan besar atau perusahaan kecil berdasarkan berbagai faktor, seperti total aktiva atau aset perusahaan, nilai pasar saham, tingkat penjualan rata-rata, dan jumlah penjualan Nugraha (2019). Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap dewasa dalam perkembangannya (Widjatun, 2020). Pada tahap ini, arus kas perusahaan cenderung positif dan perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu, memiliki total aset yang besar juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset yang lebih kecil.

Tujuan dari analisis ukuran perusahaan adalah untuk mengidentifikasi kelemahan dalam kondisi keuangan yang bisa menyebabkan masalah di masa depan dan mengenali kekuatan yang bisa dimanfaatkan. Ukuran perusahaan diukur dengan rata-rata total penjualan bersih selama tahun yang bersangkutan dan beberapa tahun sebelumnya. Jika penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap, perusahaan akan menghasilkan pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan kurang dari biaya variabel dan tetap, perusahaan akan mengalami kerugian (Toni & Anggara, 2021). Kondisi yang diharapkan oleh perusahaan adalah

memperoleh laba bersih setelah pajak, karena ini akan meningkatkan modal sendiri. Laba operasi dapat tercapai jika pendapatan dari penjualan lebih tinggi daripada biaya variabel dan tetap yang dikeluarkan. Untuk memastikan laba bersih sesuai dengan target yang diinginkan, manajemen harus melakukan perencanaan penjualan secara cermat dan pengendalian yang tepat agar tercapai volume penjualan yang diinginkan. Manfaat dari pengendalian manajemen adalah untuk memastikan bahwa perusahaan menjalankan strategi bisnisnya secara efektif dan efisien. Hal ini mencakup pemantauan kinerja dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil yang dicapai, sehingga perusahaan dapat tetap berada pada jalur yang benar untuk mencapai tujuan keuangan dan operasionalnya.

Perusahaan yang mempunyai ukuran besar memiliki fleksibilitas dan aksesibilitas untuk memperoleh dana dari pasar modal. Kemudahan tersebut ditangkap investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Investor mempertimbangkan variabel ukuran perusahaan sebagai salah satu rasionalisasi dalam pengambilan keputusan investasi. perusahaan yang memiliki asset dalam jumlah besar dapat menggunakan hutang dalam jumlah yang besar pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan pinjaman dari kreditur dibandingkan perusahaan kecil. Karena, asset yang dimiliki dapat digunakan sebagai jaminan. Perusahaan besar lebih dipercaya oleh kreditur karena semakin besar ukuran perusahaan akan lebih transparan dalam mengungkapkan kinerja keuangannya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang besar merupakan sinyal positif bagi kreditur untuk memberikan pinjaman (Mas'ud 2020).

2.1.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan total aktiva, penjualan, atau modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Salah satu ukuran yang menunjukkan besarnya atau kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva. Jika perusahaan memiliki total aktiva yang besar, hal ini menandakan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan di mana arus kas perusahaan cenderung positif dan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Selain itu, memiliki total aktiva yang besar juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan total aktiva yang lebih kecil. Semakin besar aktiva suatu perusahaan, semakin besar pula modal yang diinvestasikan dan semakin besar pula total penjualan perusahaan. Hal ini mengindikasikan adanya putaran uang yang lebih besar dan tingkat kecenderungan perusahaan yang lebih dikenal oleh masyarakat (Bestivano, 2013). Menurut Kurniasih (2013) rumus untuk mengukur ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

2.2 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan beberapa faktor yang dihubungkan dengan nilai perusahaan seperti profitabilitas dan ukuran perusahaan. Hasil beberapa penelitian akan digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam melakukan penelitian. Adapun ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan seperti pada tabel 2.1

Tabel 2. 1

Kajian Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Imanita Intan Safitri dan Lailatul Amanah (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X_1) - Ukuran Perusahaan (X_2) - Struktur Modal (X_3) - Nilai Perusahaan (Y) 	Profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2	Jihan Hasan dan Rinny Meidiyutiani (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X_1) - Struktur Aktif (X_2) - Umur Perusahaan (X_3) - Ukuran Perusahaan (X_4) - Nilai Perusahaan (Y) 	Profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur aktiva dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3	Hardika Mas Himawan (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Nilai	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X_1) - Ukuran Perusahaan (X_2) - Leverage (X_3) 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan

		Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018	- Nilai perusahaan (Y)	leverage secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Madu Vianti, Adam Zakaria, dan Ahmad Fauzi (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i>	- Profitabilitas (X_1) - Manfaat (X_2) - Ukuran Perusahaan (X_3) - Nilai Perusahaan (Y)	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Femelia Yovita Bitu, Sri Hermuingsih, dan Alfiatul Maulida (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	- Profitabilitas (X_1) - Likuiditas (X_2) - Ukuran Perusahaan (X_3) - Nilai Perusahaan (Y)	Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen	- Profitabilitas (X_1) - Struktur Modal (X_2) - Ukuran Perusahaan (X_3) - Kebijakan Dividen (X_4)	Profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan

		Terhadap Nilai Perusahaan	- Nilai Perusahaan (Y)	struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Dea V. Kolamban, Sri Murni Dedy N. Baramuli (2020)	2.1.1 Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di BEI	<ul style="list-style-type: none"> - Leverage (X_1) - Profitabilitas (X_2) - Ukuran Perusahaan (X_3) - Nilai Perusahaan (Y) 	Leverage berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8	Kusna Irfatun dan Setijani Erna (2018)	2.1.1 Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Likuiditas (X_1) - Profitabilitas (X_2) - <i>Growth Opportunity</i> (X_3) 	Menunjukkan bahwa <i>growth opportunity</i> dan ukuran perusahaan

		<p>dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (X_4) - Struktur Modal (Y_1) - Nilai Perusahaan (Y_2) 	<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas dan profitabilitas memiliki dampak negatif dan kritis terhadap struktur modal. Peluang pengembangan dan ukuran perusahaan memiliki dampak positif dan tidak relevan terhadap struktur modal sebagai variabel perantara likuiditas dan manfaat pada nilai perusahaan, namun tidak untuk peluang pengembangan</p>
--	--	---	--	--

				dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.
9	Firlana Akbar dan Irham Fahmi (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (X_1) - Profitabilitas (X_2) - Likuiditas (X_3) - Kebijakan Dividen (Y_1) - Nilai Perusahaan (Y_2) 	Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai

				perusahaan, dan Kebijakan dividen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
10	Ni Komang Nova Desi Antari, I Dewa Made Endiana, I Gusti Ayu Asri Pramesti (2022)	Pengaruh Kebijakan Deviden, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020	<ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan Dividen (X_1) - Likuiditas (X_2) - Profitabilitas (X_3) - Ukuran Perusahaan (X_4) - Nilai perusahaan (Y) 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.1.4 2.3.1 Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba melalui kegiatan operasional dengan menggunakan aset yang dimiliki (Kusuma, 2013). Profitabilitas dapat memengaruhi nilai perusahaan karena tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi ukuran kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin besar atau kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan, dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan (Horne

dan Wachowicz, 2005:222). Tingkat Profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham. Tingkat rasio profitabilitas yang tinggi pada sebuah perusahaan akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Tingginya minat para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan akan meningkatkan harga saham. Maka, akan terdapat korelasi yang positif antara profitabilitas dengan harga saham, yang mana tingginya harga suatu saham akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkatkan laba per lembar saham (EPS atau *earning per share*) perusahaan. Peningkatan EPS ini akan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan cara melakukan pembelian saham perusahaan. Kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dapat digambarkan melalui tingkat profitabilitas yang dicapai (Himawan, 2020). Hal ini didukung oleh penelitian Ariyani, dkk (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.1.5 2.3.2 Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun (Brigham & Houston, 2011). Ukuran perusahaan adalah suatu metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan ke dalam kategori perusahaan besar atau perusahaan kecil berdasarkan berbagai faktor, seperti total aktiva atau aset perusahaan, nilai pasar saham, tingkat penjualan rata-rata, dan jumlah penjualan Nugraha (2019). Ukuran perusahaan yang semakin besar mencerminkan perkembangan perusahaan, yang akan mendapatkan respon positif dari investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam hal ini, ukuran perusahaan dianggap memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Riyanto, 2001:313). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusna dan Setijani (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.1.6 2.3.3 Hubungan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam melakukan analisis nilai perusahaan, dapat menggunakan laporan keuangan tahunan perusahaan dan menghitung berbagai rasio yang mempengaruhi nilai perusahaan. Laporan keuangan tersebut digunakan sebagai sumber informasi untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Secara mendasar, Atmaja (2008) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan meliputi keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Himawan (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Berpikir

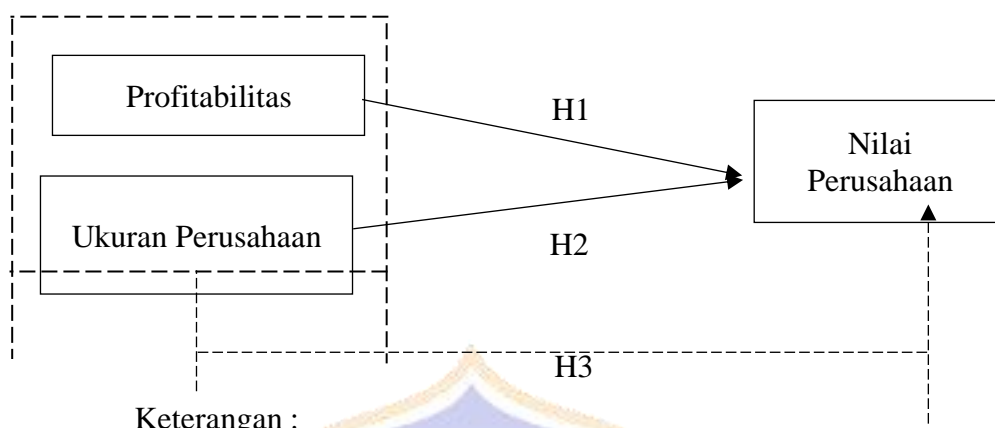
Kerangka berpikir menurut Sugiono (2019) merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir penelitian ialah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Kerangka berpikir memuat teori atau dalil serta konsep-konsep yang menjadi dasar dalam penelitian. Kerangka berpikir ini menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel. Dalam penelitian ini variabel Y adalah profitabilitas dan

ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk memperoleh informasi yang bermanfaat dari laporan keuangan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang ada, seperti aset, modal, atau penjualan perusahaan (Sudana, 2019). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Selain itu Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Ariyani, dkk (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun (Brigham & Houston, 2011). Ukuran perusahaan yang semakin besar mencerminkan perkembangan perusahaan, yang akan mendapatkan respon positif dari investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai karena biasanya perusahaan besar disertai dengan reputasi yang cukup baik. Semakin kecil perusahaan semakin sedikit dana ekstern yang dibutuhkan perusahaan sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusna dan Setijani (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka secara singkat dapat dibuat kerangka berpikir seperti gambar 2.1 sebagai berikut:



Keterangan :

- ▶ Hubungan Parsial
- - - - -▶ Hubungan Simultan

Gambar 2. 1

Paradigma Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2021-2023

2.5 Hipotesis penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dan dikaitkan dengan penelitian dan teori-teori penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

- H1 = Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di bursa efek Indonesia
- H2 = Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di bursa efek Indonesia
- H3 = Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di bursa efek Indonesia