

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal (*signalling theory*) adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan arahan kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek masa depan perusahaan, menurut Houston & Brigham (2014:184).

Menurut (Ferina et al., 2015:54) teori sinyal mengemukakan bagaimana sebuah bisnis harus mengirimkan sinyal kepada orang yang menggunakan laporan keuangan. Manajer tentunya ingin mengkomunikasikan kepada Investor, jika manajer yakin dengan prospek masa depan perusahaan agar harga saham meningkat.

Menurut (Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem, 2015:3) teori sinyal adalah keadaan yang dialami perusahaan, manajer diharapkan mampu memberikan informasi yang sama kepada semua pihak tentang keadaan perusahaan, baik perusahaan tersebut mengalami peningkatan laba maupun penurunan laba. Dengan memberikan informasi yang sama kepada semua pihak, manajer menginginkan investor yang telah berinvestasi di suatu perusahaan atau berencana untuk berinvestasi di perusahaan untuk melihat prospek masa depan perusahaan dan mempertimbangkan saat akan melakukan investasi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa teori sinyal membahas bagaimana seharusnya investor menerima sinyal (informasi) tentang

keberhasilan atau kegagalan manajemen. Laporan keuangan perusahaan dapat memberikan sinyal (informasi) tersebut. Investor dapat menggunakan laporan keuangan untuk mengambil keputusan dengan kata lain, teori sinyal memberi mereka akses ke informasi yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang modal investasi dan melihat prospek masa depan perusahaan.

Asumsi utama dari teori sinyal adalah Investor dapat mengantisipasi bagaimana keputusan terkait nilai perusahaan akan dibuat. Teori ini menyediakan laporan keuangan dengan informasi tentang kondisi perusahaan untuk menentukan perbedaannya. Struktur modal perusahaan terdiri dari kewajiban yang sangat tinggi, maka investor dapat mengetahui bagaimana kondisi suatu perusahaan, sehingga investor dapat mengantisipasi keputusan terkait berinvestasi pada perusahaan tersebut atau tidak, sesuai dengan preferensi investor terhadap return dan risiko investasi yang akan ditanggung, menurut Irawan & Nurhadi (2016:69).

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual (Fitri Prasetyorini 2013:185). Nilai pasar merupakan Persepsi investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap nilai pasar suatu perusahaan yang dapat menjadi ukuran nilai perusahaan. Secara umum, tujuan mendirikan perusahaan adalah menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin dengan itu akan menarik investor untuk berinvestasi. Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan

perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Nilai perusahaan tinggi ketika harga saham tinggi. Investor akan tertarik tidak hanya kinerja perusahaan saat ini tetapi juga potensi perusahaan di masa depan jika perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Dalam penelitian ini, indikator nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV). *Price book value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Hery, 2017:6-7). *Price book value* (PBV) sering digunakan, sebagai acuan dalam menentukan nilai suatu saham relatif terhadap harga pasarnya. Semakin rendah nilai PBV berarti semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai bukunya, sebaliknya semakin tinggi nilai PBV maka semakin tinggi harga saham relatif terhadap nilai bukunya. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dapat dinilai dengan harga pasar sahamnya. Tingginya harga saham menggambarkan nilai perusahaan juga tinggi (Mindra & Erawati, 2016). Rumus dari adalah *Price book value* :

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

2.1.3 Struktur Modal

Struktur modal merupakan kombinasi atau perimbangan antara utang dan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa) yang digunakan perusahaan untuk merencanakan mendapatkan modal menurut Irawan & Nurhadi (2019:70). Perusahaan harus membuat keputusan permodalan yang optimal sehingga antara

utang dan ekuitas benar-benar kombinasi yang dapat menghasilkan keuntungan atau return bagi perusahaan yang akhirnya memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Wiyono & Kusuma (2017:173-174) dalam mengambil keputusan tentang struktur modal, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan yaitu:

- a. Risiko bisnis, atau risiko yang inheren dengan operasi perusahaan jika perusahaan tidak menggunakan utang.
- b. Pertimbangan pajak, menjadi salah satu alasan utama menggunakan utang karena biaya bunga dapat digunakan untuk mengurangi pendapatan kena pajak, sehingga mengurangi biaya utang efektif.
- c. Fleksibilitas keuangan, atau kemampuan untuk mendapatkan modal merupakan hal yang sangat vital bagi keberhasilan jangka panjang perusahaan.
- d. Sikap manajemen yaitu perilaku yang mendasari keputusan manajemen terkait struktur modal, apakah konservatif ataukah agresif akan sangat berpengaruh terhadap keberanian dalam menggunakan utang.

Dalam penelitian ini, indikator struktur modal adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Aminah (2019:29) *debt to equity ratio* merupakan rasio untuk menilai besarnya perbandingan hutang terhadap modal. Samsul (2015:174) mengungkapkan bahwa *debt to equity ratio* yaitu rasio yang berguna dalam menghitung hutang terhadap ekuitas. Kasmir (2015:157) mengungkapkan bahwa *debt to equity ratio* adalah hasil dari perbandingan antara total hutang dengan ekuitas waktu tertentu. Sehingga melalui beberapa definisi tersebut *debt to equity ratio* dapat diartikan sebagai rasio yang berguna untuk mengetahui hasil

perbandingan total hutang perusahaan dengan ekuitas perusahaan. Melalui rasio ini dapat diketahui besarnya jumlah dana yang berasal dari kreditor dibandingkan dengan jumlah dana yang ada di perusahaan. Fungsi dari rasio ini adalah untuk memahami besarnya bagian dari setiap rupiah modal yang digunakan untuk jaminan hutang. Rasio ini juga menunjukkan secara umum tentang kelayakan kredit serta risiko keuangan yang ditanggung debitur.

Bagi perusahaan semakin tinggi *debt to equity ratio* akan semakin menguntungkan sebab dapat membuat permodalan bertambah. Namun, bagi investor *debt to equity ratio* yang semakin besar tidak semakin menguntungkan dikarenakan dengan menjadikan hutang sebagai sumber permodalan artinya perusahaan akan memiliki kewajiban berupa cicilan hutang serta bunga. Tingginya hutang akan membuat keuntungan perusahaan dialokasikan untuk membayar hutang sehingga akan berakibat pada penurunan pembayaran dividen perusahaan. Sebaliknya, *debt to equity* yang rendah membuat kemampuan pembayaran dividen perusahaan meningkat karena tidak dipersulit oleh pembayaran cicilan hutang serta bunga yang dimiliki. Rumus dari *debt to equity ratio* adalah (Nurdiakusuma et al., 2022:204):

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery dalam Husain, 2021:165). Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur pada tingkat penjualan, aktiva, dan modal saham tertentu perusahaan bisa mendapatkan profit (Hanafi, 2016:42). Rasio profitabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Return On Equity* (ROE). *Return On Equity* (ROE) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk kesejahteraan pemilik modal atau investor. Rasio ini dapat diketahui dengan membandingkan laba bersih setelah pajak (*earning after tax*) dengan ekuitas, berarti juga seberapa besar tingkat laba yang diperoleh untuk menambah modal pemilik. Rasio ini semakin tinggi maka semakin baik bagi perusahaan karena dapat menghasilkan laba yang besar, dan sebaliknya semakin rendah maka perusahaan akan mengalami kerugian. Rumus dari *return on equity* yaitu:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk mengategorikan ukuran perusahaan dalam berbagai cara, seperti total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya (Welan et al., 2019). Ukuran perusahaan dapat menentukan persepsi investor pada perusahaan tersebut.

Menurut Ponziani & Azizah (2017:202) ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki oleh perusahaan. Terdapat perusahaan yang berskala kecil dan perusahaan yang berskala besar. Ukuran perusahaan menggunakan skala yaitu skala rasio.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar nilai ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan besar dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah untuk mendanai secara internal dan eksternal sehingga menarik perhatian investor. Ukuran perusahaan menggolongkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak juga perputaran dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, indikator ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma natural* (\ln) dari total aset yang digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aset dibentuk *logaritma natural* (\ln), konversi berbentuk *logaritma natural* (\ln) bertujuan untuk membuat data jumlah aset terdistribusi secara normal (Pribadi, 2018:376).

Rumus dari ukuran perusahaan yaitu:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln \text{ Total Asset}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Sanggita Wahyuningtyas, dan Syaiful (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	X_1 =Ukuran perusahaan X_2 =Return on Equity (ROE) X_3 =Debt to Equity Ratio (DER) Y =Price to Book Value (PBV)	Regresi linier berganda	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Struktur Modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2	Dedi Irawan, dan Nurhadi Kusuma (2019)	Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	X_1 =Debt to Equity Ratio (DER) X_2 =Ukuran Perusahaan Y =Price to Book Value (PBV)	Regresi linier berganda	Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3	I Nyoman Agus Suwardika, dan I Ketut Mustanda (2017)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti	X_1 =Debt to Equity Ratio (DER) X_2 =Ukuran Perusahaan (Size) X_3 =Pertumbuhan Perusahaan (Growth) X_4 =Return on Asset (ROA) Y =Price to Book Value (PBV)	Regresi linier berganda	Leverage dan Profitabilitas berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan tidak berpengaruh signifikan, dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap Nilai Perusahaan.
4.	Fernandes Moniaga (2013)	Struktur Modal, Profitabilitas Dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porcelen Dan Kaca Periode 2007 - 2011	X_1 =Debt to Equity Ratio (DER) X_2 =Return on Asset (ROA) X_3 =Biaya modal rata-rata tertimbang (WACC) Y =Nilai Perusahaan	Regresi linier berganda	Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas dan Struktur Biaya berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
5.	Ni Kadek Rai Prastuti, dan I Gede Merta Sudiartha (2016)	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Manufaktur	X_1 =Debt to Equity Ratio (DER) X_2 =Dividend Payout Ratio (DPR) X_3 =Ukuran Perusahaan (Size)	Regresi linier berganda	Struktur Modal dan Kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
			Y= Nilai Perusahaan		
6.	Dwi Utami, Edi Budi Santoso, dan Ari Pranaditya (2017)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)	X ₁ =Struktur Modal X ₂ = Pertumbuhan Perusahaan X ₃ =Profitabilitas X ₄ =Ukuran Perusahaan X ₅ =Kinerja Keuangan Y=Nilai Perusahaan	Regresi linier berganda	Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Kinerja Keuangan Perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
7..	Gusti Ayu Diah Novita Yanti, dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman	X ₁ =Return On Asset (ROE) X ₂ =Ukuran Perusahaan (Size) X ₃ =Debt to Equity Ratio (DER) X ₄ =Ukuran Perusahaan Y=Price to Book Value (PBV)	On Regresi linier berganda	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
8.	Wardi Antoro, Anwar Sanusi, dan Prihat Asih (2020)	The Effect of Profitability, Company Size, Company Growth on Firm Value Through Capital Structure in Food and Beverage Companies on the Indonesia Stock Exchange 2014-2018 Period.	X ₁ =Profitabilitas X ₂ =Ukuran Perusahaan (Size) X ₃ =Pertumbuhan Perusahaan Y=Nilai perusahaan Z=Struktur Modal	Path Analysis	Variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Struktur Modal, variabel Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel Struktur Modal, variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. variabel Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan dan Struktur Modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Pengaruh variabel tidak langsung Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Modal Struktur lebih kecil dari

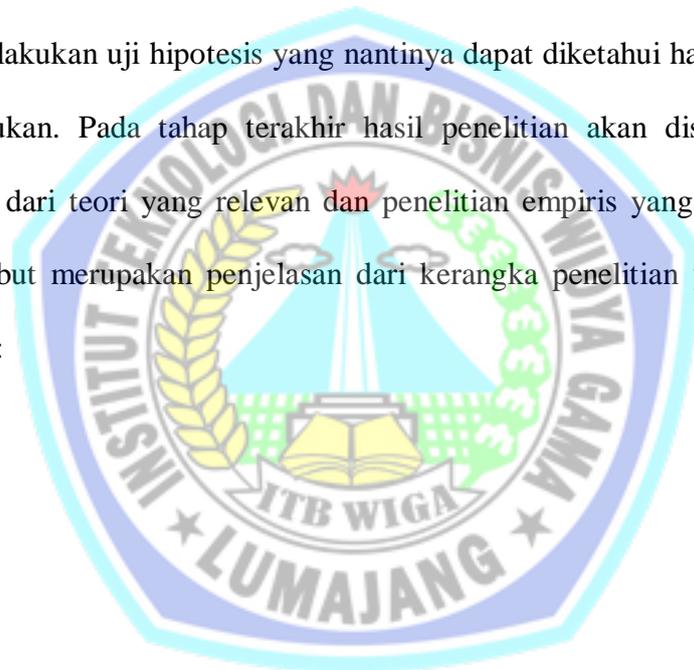
No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
9.	Firlana Akbar, dan Irham Fahmi (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	X ₁ =Ukuran Perusahaan (Size) X ₂ =Return On Asset (ROA) X ₃ =Current Ratio (CR) Y ₁ =Dividend Payout Ratio (DPR) Y ₂ =Price to Book Value (PBV)	Regresi linier berganda	efek langsung. Ukuran Perusahaan dan Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Sedangkan 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.
10.	Nanang Ari Utomo, dan Nisa Novia Avien Christy (2017)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Lq 45 Di Bursa Efek Indonesia	X ₁ =Debt to Equity Ratio (DER) X ₂ =Return On Equity (ROE) X ₃ =Ukuran Perusahaan Y ₁ =Price to Book Value (PBV)	Regresi linier berganda	Struktur Modal berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dan ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

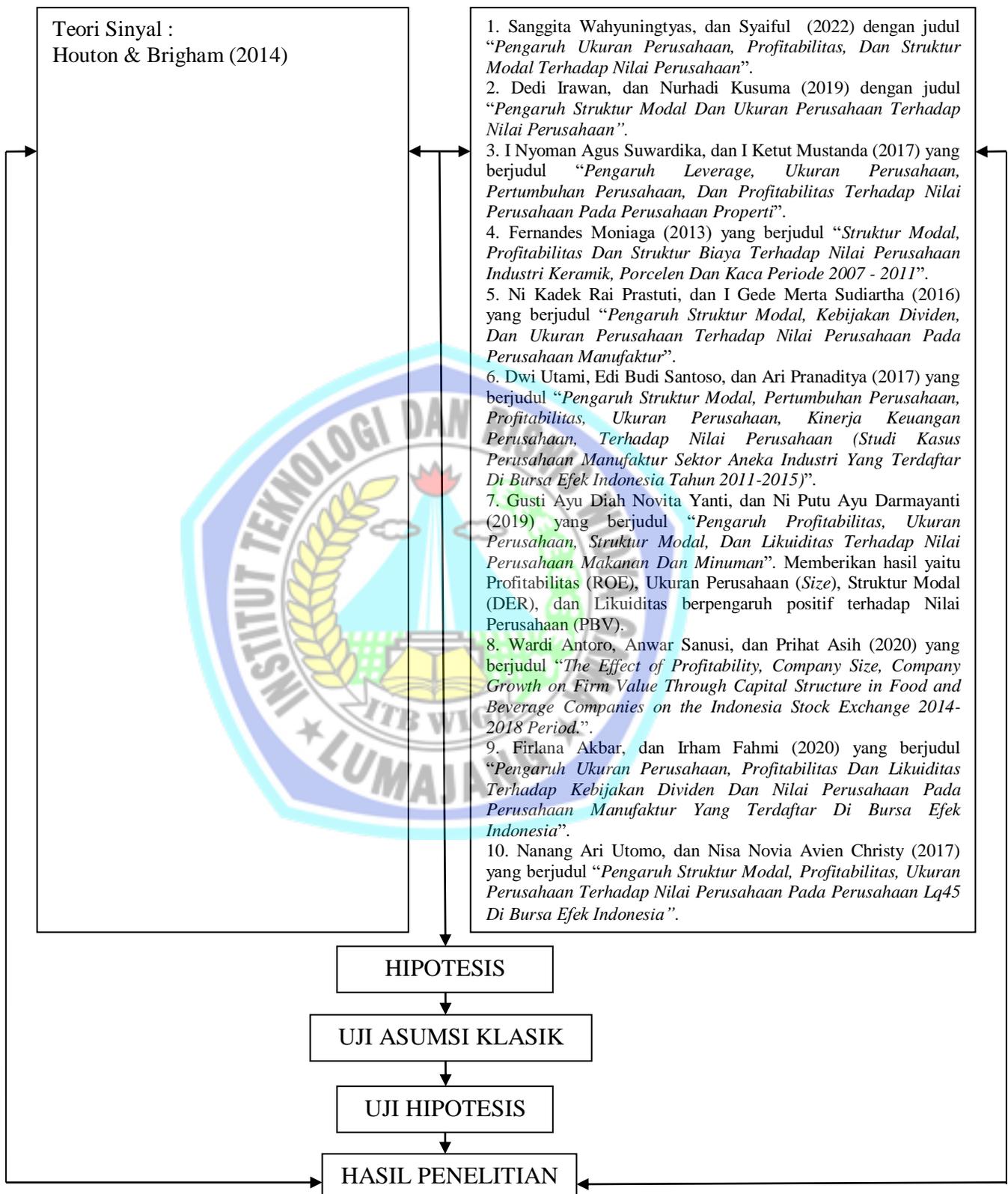
Sumber : Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan sintesa mengenai hubungan variabel satu dengan variabel lain dan disusun dari banyak teori yang sudah dijelaskan. Berdasarkan dari bermacam teori yang sudah dijelaskan itu, kemudian dianalisis dengan kritis serta sistematis, yang kemudian akan menghasilkan sintesa hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Memperhatikan beberapa dokumentasi yang berasal dari riset sebelumnya yang ada pada area masalah yang sama secara umum (Sugiyono, 2013:60).

Penelitian ini didasarkan pada teori yang relevan dan penelitian empiris. Berawal pada kedua sumber, masalah, serta fenomena yang terjadi akan dilakukan pengujian parsial variabel struktur modal (X_1) dengan indikator *debt to equity ratio*, profitabilitas (X_2) dengan indikator *return on equity*, dan ukuran perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan sektor consumer goods selama tahun 2016-2021. Pengujian diawali dengan perumusan hipotesis dan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik. Setelah uji asumsi klasik telah memenuhi kriteria, dilakukan uji hipotesis yang nantinya dapat diketahui hasil dari penelitian yang diajukan. Pada tahap terakhir hasil penelitian akan disesuaikan dengan kebenaran dari teori yang relevan dan penelitian empiris yang telah ditentukan. Alur tersebut merupakan penjelasan dari kerangka penelitian yang disajikan di bawah ini :

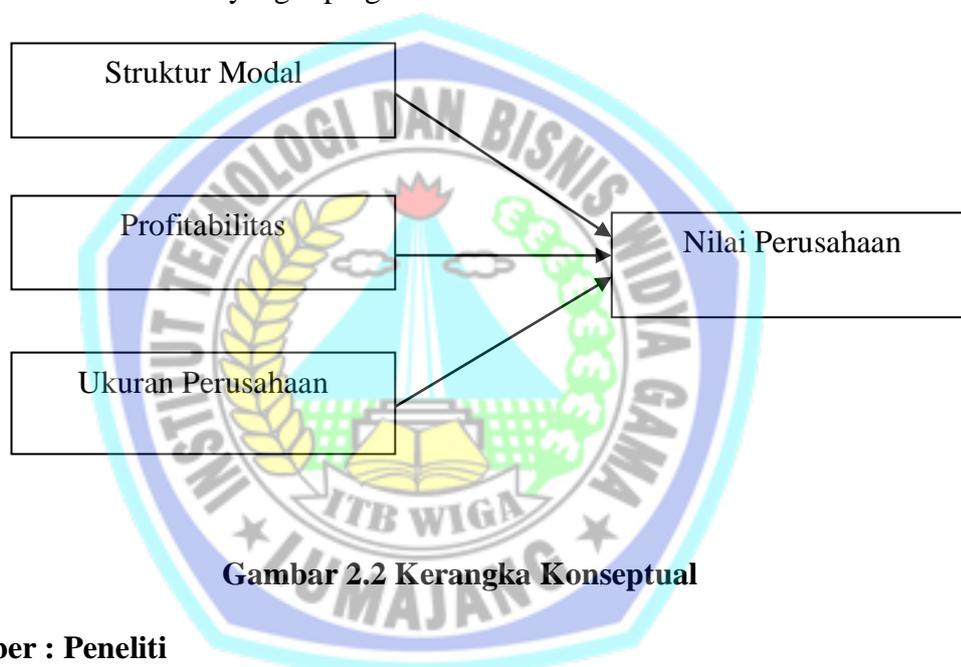




Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Teori Relevan dan Penelitian Terdahulu.

Menurut Sugiyono (2017:8) paradigma penelitian yaitu pemikiran yang menerangkan hubungan antara variabel yang diteliti serta menggambarkan jenis serta jumlah dari rumusan masalah yang harus dijawab lewat penelitian, teori yang dipakai pada perumusan hipotesis, jenis dan jumlah dari hipotesisi, serta teknik analisis statistik yang dipergunakan.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber : Peneliti

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel struktur modal (X_1), profitabilitas (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y) secara parsial pada perusahaan sektor *consumer goods* selama tahun 2016-2021. Oleh sebab itu, dari paradigma tersebut dapat ditetapkan hipotesis yang nantinya dapat diuji pada penelitian ini.

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:134) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara pada masalah di penelitian, yang mana rumusan masalah sudah dinyatakan ke dalam kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan masih berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain :

a. Hipotesis Pertama

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai perusahaan.

Menurut Fahmi (2018:184) Struktur Modal merupakan gambaran bentuk proporsi keuangan, khususnya selisih antara modal yang dimiliki berasal dari hutang jangka panjang perusahaan dan modal sendiri yang merupakan sumber pembiayaan untuk sebuah perusahaan. Struktur modal perusahaan dapat dihitung menggunakan beberapa rasio salah satunya yaitu *debt to equity ratio*. Bagi kreditor *Debt To Equity Ratio* (DER) yang semakin besar tidak semakin menguntungkan dikarenakan risiko yang ditanggung akan semakin besar atas risiko kegagalan di perusahaan. Namun, bagi perusahaan justru akan semakin menguntungkan (Kasmir, 2015:158). Semakin kecil jumlah modal perusahaan dapat menimbulkan dampak beban perusahaan kepada pihak kreditor semakin besar. Besarnya beban kewajiban yang ditanggung oleh perusahaan dapat menurunkan jumlah laba yang diperoleh perusahaan. Hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan yaitu semakin rendah struktur modal maka nilai perusahaan semakin baik. Menurut Fernandes Moniaga (2013) dapat diketahui variabel struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori dan didukung dengan penelitian terdahulu maka dapat ditentukan hipotesis pertama dari penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

b. Hipotesis Kedua

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2015:226). Profitabilitas perusahaan dapat dihitung menggunakan beberapa rasio salah satunya yaitu *Return On Equity*. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba, semakin tinggi laba perusahaan maka akan semakin mampu perusahaan melunasi kewajibannya. Hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas membuat nilai perusahaan juga tinggi. Menurut Wahyuningtyas & Syaiful (2022) dapat diketahui variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori dan didukung dengan penelitian terdahulu maka dapat ditentukan hipotesis kedua dari penelitian ini yaitu:

H2 : Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

c. Hipotesis Ketiga

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan bisa dilihat pada jumlah aset perusahaan yang digunakan untuk kegiatan operasional. Manajemen perusahaan lebih mudah mempergunakan aset perusahaan jika total asetnya besar. Dari perspektif manajemen, nilai

perusahaan akan meningkat karena kemudahan dalam mengendalikan perusahaan Rianto Adi Putra (dalam Riana & Iskandar, 2017:417). Menurut Ferry dan Jones (dalam Rumondor, 2015) ukuran perusahaan mengacu pada jumlah total aset dan penjualan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan tersebut juga semakin besar. Demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah modal yang digunakan, jumlah aset yang dimiliki, dan jumlah penjualan mencerminkan ukuran perusahaan. Hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yaitu semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar nilai perusahaan.

Menurut Yanti & Darmayanti (2019) dapat diketahui ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori dan didukung dengan penelitian terdahulu maka dapat ditentukan hipotesis ketiga dari penelitian ini yaitu:

H3 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.