

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) Teori Keagenan (*agency theory*) merupakan teori pemisahan pengelolaan pemegang saham dengan manajer dalam mengelola perusahaan, dimana pemegang saham sebagai *principal* dengan menyerahkan pengelolaan saham kepada tenaga-tenaga profesional yaitu manajer, sehingga pemegang saham akan mendapatkan *return* yang tinggi atas dana yang ditanamkan. Manajer yang berperan sebagai *agent* memiliki kewenangan dalam menjalankan perusahaan dengan mengelola perusahaan secara efektif dan efisien sehingga perolehan *return* yang tinggi dapat tercapai.

Jensen dan Meckling (1976) bahwasanya teori keagenan (*agency theory*) merupakan hubungan yang timbul karena adanya kontrak yang timbul antara *principal* dengan menggunakan jasa agen untuk kepentingan *principal*. Kurniawan dan Ardiansyah (2020) mengungkapkan bahwasanya pemegang saham ingin perusahaan mempekerjakan manajer yang mampu dan mau mengambil tindakan hukum dan etika untuk memaksimalkan harga saham intrinsik. Ini jelas membutuhkan manajer dengan kompetensi teknis, tetapi juga membutuhkan manajer yang mau mengerahkan upaya ekstra yang diperlukan untuk mengidentifikasi dan menerapkan aktivitas yang menambah nilai. Namun, manajer adalah orang, dan orang memiliki tujuan pribadi dan perusahaan. Oleh

karena itu, secara logis, manajer dapat diharapkan untuk bertindak demi kepentingan diri sendiri, dan jika kepentingan pribadi mereka tidak selaras dengan kepentingan pemegang saham, maka nilai perusahaan tidak akan maksimal.

Pemegang saham hanya bertugas mengawasi dan memonitoring aktivitas manajer untuk memastikan manajer bertindak berdasarkan kepentingan perusahaan. Keputusan adanya pemisahan kewenangan tidak jarang akan menimbulkan konflik antara pemegang saham dan manajer. Manajer yang memiliki kewenangan dalam mengelola perusahaan memiliki cangkupan informasi yang lebih luas tentang perusahaan. Tidak seimbangya keputusan informasi yang dimiliki manajer dan pemegang saham akan memicu timbulnya konflik kepentingan. Pengelolaan manajer yang seharusnya untuk memakmurkan pemegang saham dapat mengarah kepada kepentingan untuk memperoleh keuntungan pribadi yang maksimal. Konflik kepentingan ini akan merugikan pemegang saham dimana mereka menanggung beban atas dana ataupun keputusan yang dilakukan manajer terkait kepentingan perusahaan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) pada teori keagenan terdapat *agency cost* (biaya keagenan) yang meliputi tiga hal yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual cost*. *monitoring cost* merupakan pengeluaran yang dibayar oleh prinsipal untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku agen agar tidak menyimpang. Biaya ini timbul karena informasi antara prinsipal dengan agentidak seimbang. Biaya sumber daya perusahaan (*bonding cost*) yaitu untuk menjamin bahwa agen tidak akan bertindak yang dapat merugikan prinsipal atau meyakinkan bahwa prinsipal akan memberikan kompensasi jika dia benar benar melakukan hal

tersebut. Akan tetapi, kemungkinan terjadi perbedaan antara keputusan-keputusan yang dapat memaksimalkan kesejahteraan agen. *residual cost* adalah nilai uang yang ekuivalen dengan pengurangan kesejahteraan yang dialami prinsipal.

Teori keagenan menggunakan pengungkapan informasi sebagai langkah untuk mengurangi atau meminimalisir biaya keagenan yang muncul akibat adanya konflik antara *principal* dengan agen. Selain itu, pengungkapan juga dapat digunakan sebagai langkah untuk mengontrol kinerja agen (manajer). Sehingga, manajer didorong untuk terus melakukan pengungkapan informasi secara sukarela, termasuk pengungkapan terkait modal intelektual.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Septiawati (2019) menyatakan bahwa Nilai Perusahaan adalah nilai yang diberikan oleh pelaku pasar saham terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan maka nilai perusahaan semakin tinggi.

Nilai perusahaan menurut Setiawati and Lim (2020) nilai perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi seorang manajer maupun bagi investor. Bagi investor peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan.

Tujuan perusahaan yang utama bahwa nilai perusahaan memperhatikan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor yang ingin menginvestasikan dana pada perusahaan. Nilai perusahaan dipasar modal akan meningkat apabila ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan yang sudah *go public* dipasar modal dalam bentuk harga perusahaan.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah peningkatan suatu persepsi yang baik bagi perusahaan, apabila seorang investor memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan maka investor tertarik untuk berinvestasi.

Price To Book Value merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Nurmindia, Isynuwardhana, dan Nurbaiti (2017) secara sederhana menyatakan PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai buku. PBV menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai perusahaan dalam bentuk harga terdapat modal yang tersedia. Dengan semakin tinggi PBV berarti perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan nilai dan kemakmuran pemilik. Semakin besar PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relative dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan

Adapaun rumus yang digunakan untuk mengukur Nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar}}{\text{Nilai Buku Per lembar Saham}}$$

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Hidayat (2019) ukuran perusahaan adalah ukuran, skala, atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan beberapa istilah seperti: Total Aset, Ukuran Akar, Nilai Pasar, Saham, Total Penjualan, Total Pendapatan, Total Modal, dll. Perusahaan dikelompokkan menurut ukuran perusahaan menjadi tiga kategori besar: perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang dapat dihitung dari tingkat total aset dan laba serta dapat menunjukkan keadaan suatu perusahaan yang memiliki keunggulan dalam sumber dana yang dapat digunakan perusahaan besar untuk mengumpulkan dana investasi dan meneng.

Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan suatu perusahaan. Perusahaan besar dengan posisi yang baik merasa lebih mudah mengumpulkan modal di pasar modal daripada perusahaan kecil. Karena akses yang mudah ini berarti perusahaan besar memiliki lebih banyak fleksibilitas.

Menurut Anisa, Hermuningsih, dan Maulida (2021) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda yaitu:

- a) Ukuran perusahaan menentukan apakah dapat dengan mudah mengumpulkan dana di pasar modal. UKM umumnya tidak memiliki akses ke pasar modal terorganisir, baik untuk obligasi maupun ekuitas.
- b) Ukuran perusahaan menentukan daya tawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan yang lebih besar biasanya dapat memilih untuk membiayai dari berbagai bentuk

hutang, termasuk penawaran khusus yang lebih menguntungkan daripada yang ditawarkan oleh perusahaan yang lebih kecil.

- c) Skala memengaruhi biaya dan pendapatan, berpotensi memungkinkan perusahaan besar menghasilkan lebih banyak keuntungan. Indikator ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aset, penjualan, modal, dan laba, dan nilai tersebut dapat menentukan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam dua cara, sebagai berikut:

1) Ukuran perusahaan = Ln Total Aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2) Ukuran perusahaan = Ln Total Penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Penentuan ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan logaritma natural yaitu:

$$Size = \text{Log Natural} (\text{Total Aset})$$

2.1.4. Profitabilitas

Dwi Rachmawati dan Dahlia Br. Pinem (2015) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah bagian dari kinerja perusahaan yang diukur, yang terpenting adalah profitabilitas dimana investor atau pelaku pasar mengetahui efektivitas dalam proses kegiatan operasi perusahaan. Peningkatan kemampuan perusahaan

dalam menghasilkan laba menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola, mengalokasikan, dan mengelola asetnya. Komang Santa Dwipa, Putu Kempramareni dan Ida Ayu Nyoman (2020) profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, biasanya dalam periode akuntansi yang dihitung paling sedikit satu tahun. Profitabilitas digunakan tidak hanya untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga untuk menentukan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber dayanya.

Agustiningsih dan Septiani (2022) profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua keterampilan dan sumber yang ada seperti aktivitas penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan proksi return on equity. Pengembalian ekuitas adalah metrik yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pengembalian dari investasi berbagai investor.

Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang investor dan tidak memperhitungkan dividen atau capital gain bagi investor. Rasio ini bukan ukuran pengembalian aktual investor. Pada dasarnya return on equity menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola saham atau saham yang digunakan untuk menghasilkan laba Haslinda, Mardani, dan Wahono (2019). Secara umum return on equity dapat diukur dengan menggunakan Persamaan:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Semakin meningkatnya nilai return on equity memperlihatkan terjadinya efektifitas perusahaan dalam mengelola dana yang berasal dari pemilik (owners). Perencanaan yang strategis serta perusahaan mampu untuk menghasilkan produk yang berkualitas mampu meningkatkan nilai penjualan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba merupakan daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada salah satu sekuritas yang ditawarkan perusahaan, adanya anggapan meningkatnya laba akan menjamin tingkat pengembalian dana investasi yang ditanamkan investor tentu akan semakin mengangkat kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Gross Profit Margin adalah salah satu jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan badan usaha. Biasanya dimanfaatkan guna menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari sales. Gross profit margin sendiri dilakukan dengan cara membandingkan laba kotor dengan pendapatan penjualan (sales). Jenis rasio ini menunjukkan berapa banyak pendapatan sebuah badan usaha, dengan cara mempertimbangkan biaya yang dibutuhkan untuk keperluan produksi. Nilai gross profit margin yang tinggi menggambarkan efisiensi operasi bisnis yang baik. Perusahaan juga berarti bisa menutupi biaya operasional, biaya tetap, dividen, depresiasi, sambil memberikan laba bersih kepada bisnis. Rumus menghitung gross profit margin adalah:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

Net profit margin digunakan untuk menilai presentase laba bersih yang diarahkan setelah dikurangi pajak dari pendapatan yang di peroleh dari sales. Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi nilai

laba bersih, semakin baik efisiensi operasi suatu perusahaan. Rumus perhitungan net profit margin adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

return on asset ratio (ROA) menilai presentase keuntungan yang diraih perusahaan terkait dengan sumber daya sehingga efisiensi mereka dalam mengelola asetnya dapat dilihat dari rasio presentase ini. Rumus yang bisa dimanfaatkan untuk mengukur return on asset ratio adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Return on investment merupakan jenis rasio profitabilitas yang dihitung berdasarkan laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. Berguna untuk melihat efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Adapun rumus untuk mengukur return on investment adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Investasi} - \text{Investasi Awal}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Earning per share dimanfaatkan guna menilai tingkat kemampuan per sahare dalam membuahakan keuntungan bagi perusahaan. Manajemen perusahaan dan pemegang saham umumnya sangat memperlihatkan jenis rasio ini karena merupakan salah satu indikator kesuksesan bisnis perusahaan. Rumus earning per share adalah sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Saham Biasa Yang Beredar}}$$

2.1.5 Leverage

Leverage merupakan hal penting dalam penentuan struktur modal perusahaan, dan leverage merupakan penggunaan dana yang disertai oleh biaya tetap. Sedangkan menurut Monica dan Setyarini (2022) leverage adalah rasio nilai buku seluruh utang terhadap total aset. Perusahaan yang menggunakan dana dengan beban tetap dikatakan menghasilkan leverage yang menguntungkan seperti efek positif, jika pendapat yang diterima dari penggunaan dana lebih besar dari pada beban tetap yang ada di perusahaan itu. Sebaliknya leverage dapat dapat merugikan perusahaan jika tidak dapat memperoleh pendapatan dari penggunaan dana tersebut sebanyak beban tetap yang harus dibayar.

Leverage dapat dianalisis melalui *Debt to Asset Ratio* (DAR), rasio ini menekankan pentingnya pendanaan hutang dengan jalan menunjukkan presentase aktiva perusahaan yang didukung oleh hutang. Dengan kata lain, seberapa besar aset perusahaan aset dibiayai oleh hutang dan seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset (Septiani, 2017).

Tingkat leverage yang tinggi mengidentifikasi resiko perusahaan yang tinggi pula sehingga kreditor sering memperhatikan besarnya resiko ini. Namun dengan tingkat laba yang tinggi maka perusahaan akan kecil (Anisa, Hermuningsih, dan Maulida 2021). Hal ini yang memicu manajemen untuk mengurangi resiko perusahaan dengan menstabilkan tingkat keuangan perusahaan dengan berbagai cara, agar terhindar dari resiko yang tidak diinginkan.

Menurut Sulisty Rahayu, Indah Mustikowati, dan Suroso (2020) perusahaan yang memiliki leverage operasi atau keuangannya tinggi akan memberikan

dividen yang rendah. Struktur permodalan yang lebih tinggi dimiliki oleh utang menyebabkan pihak manajemen akan memprioritaskan pelunasan kewajiban terlebih dahulu sebelum memberikan dividen. Perusahaan yang memiliki rasio utang lebih besar seharusnya membagikan dividen lebih kecil karena laba yang diperoleh digunakan untuk melunasi kewajiban.

Utang jangka panjang diikat oleh perjanjian utang untuk melindungi para kreditor. Para kreditor akan membatasi pembayaran dividen, pembelian saham beredar dan penambahan utang untuk penjamin pembayaran pokok utang. Perusahaan dengan hutang yang tinggi akan berusaha mengurangi hutang, sehingga untuk membiayai investasinya digunakan pendanaan dari aliran kas internal sehingga, perusahaan dapat memenuhi kewajiban yang harus dilunasi.

Menurut Agustiningasih dan Septiani (2022) tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio hutang (leverage) antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri

yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.

7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki, dan tujuan lainnya.

Sementara itu menurut Kasmir (2015:154) manfaat rasio leverage adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman dan bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri, dan manfaat lainnya.

Rasio Leverage menurut S. A. Putra dan Dewi (2021) merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar

seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Rasio leverage menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Rasio ini digunakan untuk membandingkan sumber modal yang berasal dari hutang (hutang jangka panjang dan hutang jangka pendek) dengan modal sendiri. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur financial leverage dari suatu perusahaan. Indikator rasio leverage dalam penelitian ini diproksikan dengan Debt to Assets Ratio (DAR).

Debt to Assets Ratio (Debt Ratio) menurut Fitri Prasetyorini (2013) adalah rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Selain itu Debt to Asset Ratio merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur Tingkat solvabilitas perusahaan dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjang perusahaan tersebut. Suatu perusahaan dikatakan solvabel berarti perusahaan tersebut memiliki aktiva dan kekayaan yang cukup untuk membayar hutang-hutangnya.

Debt to Asset Ratio digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang atau berapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Semakin tinggi nilai DAR berarti

semakin besar sumber dana melalui pinjaman untuk membiayai aktiva. Nilai DAR yang tinggi menunjukkan risiko yang tinggi pula karena ada kekhawatiran perusahaan tidak mampu menutupi hutang-hutangnya dengan aktiva yang dimiliki, yang menyebabkan perusahaan kesulitan memperoleh tambahan pinjaman. Rumus yang dapat digunakan yaitu:

$$\text{Debt To Asset Ratio} = \frac{\text{Utang}}{\text{Total Aset}}$$



2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, Riana Rachmawati Dewi. (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manjerial Terhadap Nilai Perusahaan	X1= Profitabilitas X2= Leverage X3= Ukuran Perusahaan X4= Kepemilikan Manajerial Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas, leverage dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Tiwi Jiarni, St. Dwiarso Utomo. (2019)	Nilai Perusahaan: Leverage, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan	X1= Leverage X2= Profitabilitas X3= Ukuran Perusahaan Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Leverage dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Febby Nuraudita Suryana, Sri Rahayu, SE.,M.Ak., Ak, CA. (2018)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris pada perusahaan industry barang konsumsi sub	X1= Leverage X2= Profitabilitas X3= Ukuran Perusahaan Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Secara simultan Leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara parsial leverage

		sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016)			tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun profitabilitas berpengaruh negatif signifikan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Fardelia Safira, Tituk Diah Widajantie. (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2019)	X1= Profitabilitas X2= Ukuran Perusahaan X3= Leverage X4= Pengungkapan CSR Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas dan Pengungkapan CSR berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan sedangkan Ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5	Fakhrana Oktaviarni, Yetty Murni, Bambang Suprayitno. (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividend dan Ukuran Perusahan Terhadap	X1= Profitabilitas X2= Likuiditas X3= Leverage X4= Kebjakan Dividen	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividend dan Ukuran Berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan

		Nilai Perusahaan (studi empiris perusahaan sektor real estate, property dan konstruksi bangunan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016)	X5= Ukuran Y= Nilai Perusahaan		leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Elicia Herawan, Sofia Prima Dewi. (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.	X1= Profitabilitas X2= Leverage X3= Likuiditas X4= Ukuran Perusahaan Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
7	Rofiqotus Suffah, Akhmad Riduwan. (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan	X1= Profitabilitas X2= Leverage X3= Ukuran Perusahaan X4= Kebijakan Dividen Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas, leverage dan Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8	Ade Onny	Pengaruh	X1=	Regresi	Ukuran

Siagian, Asrini, Hadion Wijoyo. (2022)	Ukuran Perusahaan, Akuntansi Lingkungan, Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividend dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.	Ukuran Perusahaan X2= Akuntansi Lingkungan X3= Profitabilitas X4= Leverage X5= Kebijakan Dividen X6= Likuiditas Y= Nilai Perusahaan	Linier Berganda	Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividend dan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan akuntansi lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
9 Mohammad Arridho Nur Amin, Amirah, Achmad Fajar Faizal. (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perindustrian yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2021	X1= Ukuran Perusahaan X2= Kebijakan Dividen X3= Struktur Modal X4= Leverage X5= Profitabilitas Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Kebijakan dividen, sturktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif dan tifak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan ukuran perusahaan,

					kebijakan dividen, struktur modal, leverage dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Nur Anisa, Hermuningsih, Alfiatul Maulida. (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsector <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2020	X1= Ukuran Perusahaan X2= Kebijakan Dividen X3= Leverage X4= Profitabilitas Y= Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan namun profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan, kebijakan dividen, leverage dan profitabilitas secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan.

Sumber: Hasil Olah Data 2023

2.3 Kerangka Penelitian

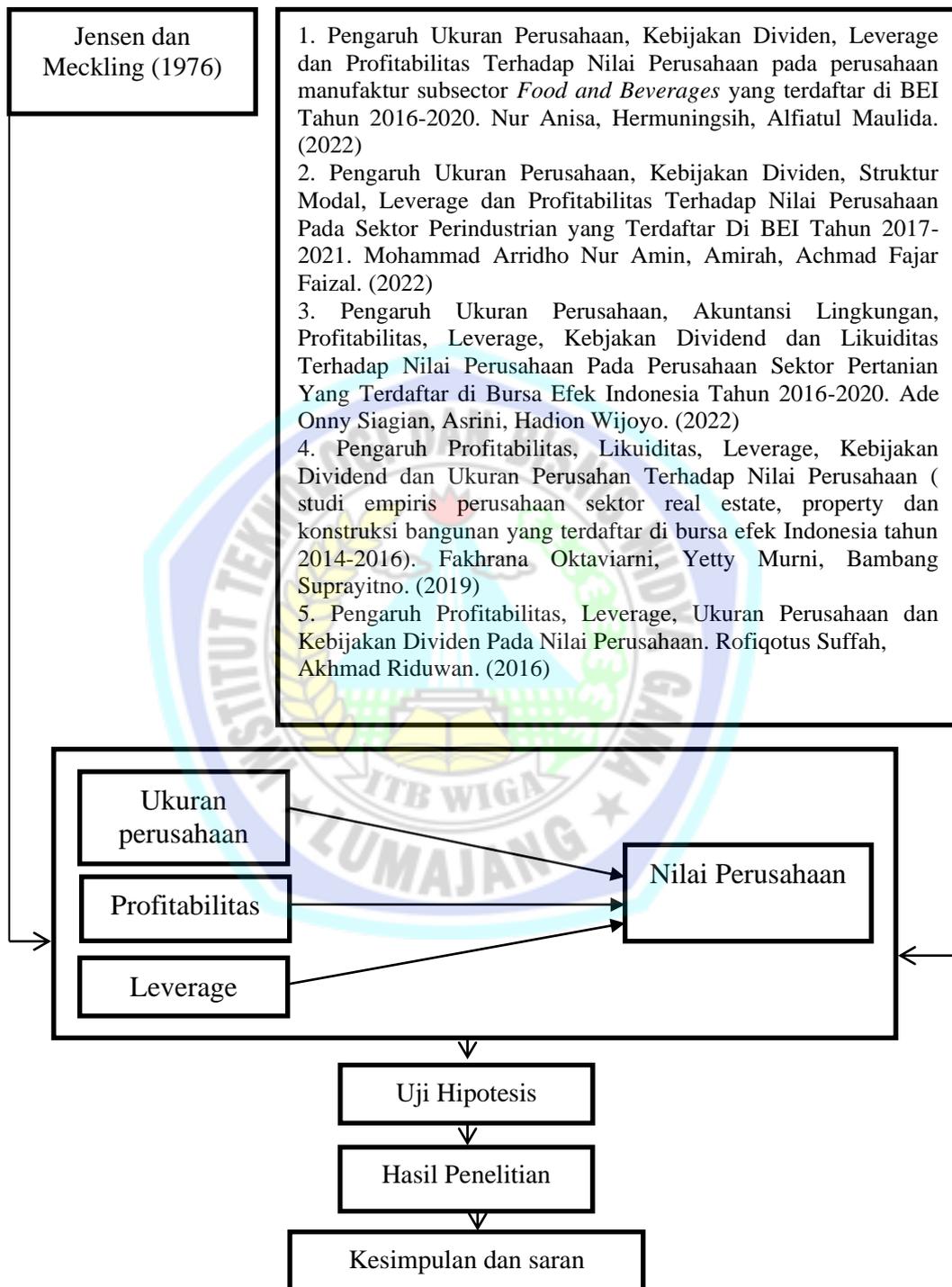
Kerangka penelitian merupakan rencana yang dipakai dalam sebuah penelitian yang dibuat dalam bentuk alur. Kerangka penelitian pada penelitian ini menunjukkan antara variabel bebas yang terdiri ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2) dan Leverage (X3) akan mempengaruhi variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan (Y). Adapun kerangka penelitian yang dibuat dalam bentuk skema sebagai berikut:



a. Kerangka Pemikiran

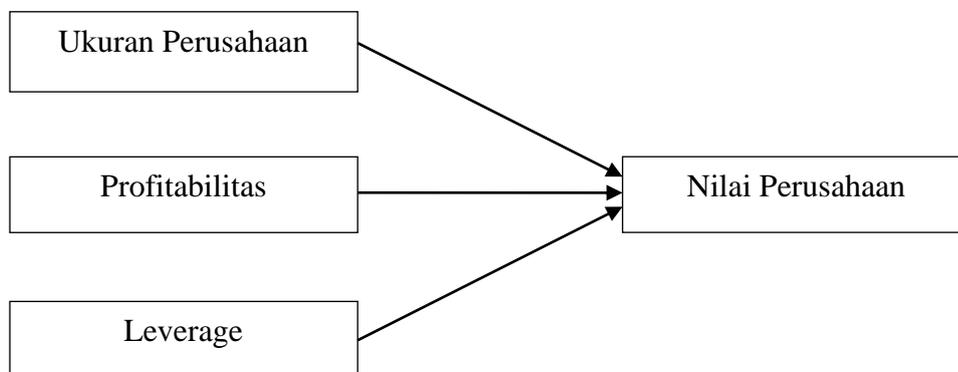
Agency Theory

penelitian terdahulu



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran
 Sumber : Data diolah peneliti 2023

b. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual
Sumber : Data diolah peneliti 2023

Pada gambar 2.2 kerangka konseptual tersebut menguji pengaruh langsung antara lain: ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan.

2.4 Hipotesis

Menurut Sinaga (2020) hipotesis adalah hubungan logis antara dua variabel atau lebih berdasarkan teori yang belum diuji ulang. Pengujian berulang dari hipotesis yang sama dapat semakmemperkuat teori yang mendasarinya atau sebaliknya, menghancurkan teori tersin ebut.

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ceminan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan salah satunya dapat diukur dengan total aset. Ukuran perusahaan juga dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut mendapatkan sumber pendanaan. Besarnya skala perusahaa maka akan semakin

mudah pula perusahaan akan direspon dengan peningkatan harga saham perusahaan yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan (Setiadewi dan Purbawangsa 2015).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Petra (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian Mefriyudi Wisra et al. (2023) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin baik, artinya perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih baik dari hasil penjualan maupun modal sendiri. Untuk dapat menarik investor dalam berinvestasi, pihak manajemen akan berusaha meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan menghasilkan laba maka akan meningkatkan nilai perusahaan dengan laba yang semakin tinggi dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Dewantari, Cipta, dan Susila 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novary dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan peneltian yang dilakukan oleh Hermawan (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan ukuran besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai total aset. Leverage dapat diukur dengan *debt to equity ratio* (DER). Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari hutang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada. Dimana semakin kecil rasio DER, maka semakin baik kemampuan perusahaan memaksimalkan nilai perusahaan dan nilai para pemegang saham (Sisca, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2019) menunjukkan bahwa leverage secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djatmiko (2020), hasil penelitian dari Rahayu (2021) menunjukkan bahwa leverage secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan