

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signalling Theory*

Signaling theory dikembangkan pertama kali dikenal oleh Spence (1973) untuk menjelaskan Sebagai pemilik informasi, perusahaan menyampaikan isyarat kepada investor melalui penyampaian informasi yang bertujuan untuk menginformasikan kondisi dan kinerja perusahaan. Dalam dunia bisnis dan keuangan, teori ini mengasumsikan bahwa Pihak yang kurang informasi, seperti perusahaan, akan diberikan sinyal mengenai kualitas atau potensi perusahaan (misalnya investor), dengan tujuan untuk mempengaruhi keputusan pihak lain tersebut. Ross (1977) mengembangkan *signaling theory* dalam konteks struktur keuangan, mengemukakan bahwa keputusan untuk mengeluarkan utang dapat digunakan sebagai tanda jika bisnis itu memiliki prospek keuangan yang baik

Menurut teori sinyal, manajer memberi tahu investor dengan laporan keuangan untuk mengurangi ketidaksamaan informasi. Perusahaan berharap bahwa penyampaian sinyal positif berupa informasi keuangan yang baik dapat mencerminkan kondisi perusahaan dan menambah minat investor untuk menanamkan modal (Siagian *et al.*, 2020).

Isyarat atau sinyal adalah suatu penyampaian informasi perusahaan kepada pasar atau investor Bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Perusahaan dengan kualitas baik dapat memberikan sinyal positif kepada investor begitupun sebaliknya jika kualitas buruk akan menimbulkan sinyal negatif. Informasi yang

dianggap positif akan memperoleh respons positif dari investor, di mana mereka dapat membedakan perusahaan yang memiliki prospek dengan yang kurang potensial, sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Namun, apabila sinyal yang diterima bernilai negatif, maka kepercayaan investor akan menurun, sehingga minat untuk berinvestasi pun berkurang dan berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Putri Rizky, 2020).

Signalling theory dalam Industri *Food and Beverage* menjelaskan bahwa perusahaan mengirimkan sinyal ke pasar melalui unsur seperti profitabilitas, Likuiditas, dan ukuran perusahaan untuk mengurangi ketidakpastian dan memperbaiki pandangan investor. Profitabilitas tinggi menunjukkan kemampuan bisnis memperoleh keuntungan, yang menarik investor serta menaikkan nilai bisnis. Likuiditas yang baik menampilkan perusahaan memiliki kondisi keuangan stabil serta dapat memenuhi kewajiban jangka pendek tanpa masalah, yang juga meningkatkan nilai perusahaan. ditambah lagi bisnis ukuran besar mempunyai kapasitas operasional yang lebih kuat, yang menunjukkan daya saing dan stabilitas yang lebih baik, meningkatkan kepercayaan pasar, dan nilai perusahaan.

2.1.2 Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Barnades (2018), nilai perusahaan menggambarkan prospek jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga mampu membangun kepercayaan pasar terhadap kondisi perusahaan. Nilai tersebut dapat diindikasikan melalui besarnya saham yang ditawarkan di pasar modal. Menurut Ambarwati (2021), Nilai perusahaan Merefleksikan evaluasi investor atas kinerja perusahaan yang dicapai,

yang berimplikasi langsung terhadap harga saham. Investor tidak akan sembarangan dalam memilih tempat berinvestasi, sehingga penting bagi perusahaan untuk menjaga nilainya, karena investor lebih condong pada perusahaan dengan performa yang solid. Menurut Hayu et al., (2022) Nilai perusahaan direpresentasikan melalui harga saham, yang terbentuk dari interaksi antara investor pembeli dan penjual, sehingga bisa dijadikan acuan nilai pasar perusahaan.

Kesimpulannya, nilai perusahaan berfungsi sebagai tolok ukur penting yang menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan sekaligus menggambarkan potensi masa depannya, yang sering diukur melalui harga saham dan indikator pasar lainnya. Menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan penting untuk menarik investor dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan di masa depan.

b. Faktor Pedoman Untuk Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2014), beberapa aspek dijadikan acuan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.

1) Risiko Perusahaan

Perusahaan yang beroperasi dalam jangka panjang harus menghindari risiko yang tinggi. Proyek yang memiliki potensi keuntungan besar tetapi juga memiliki risiko tinggi harus dihindari karena kegagalan dalam jangka panjang dapat mengancam keberlangsungan bisnis.

2) Dividen

Sebagian dari keuntungan perusahaan diberikan kepada pemegang saham sebagai dividen. Penetapan dividen harus dibuat dengan mempertimbangkan

kepentingan internal perusahaan dan ekspektasi pemegang saham. Dengan memberikan dividen secara proporsional, perusahaan dapat menarik investor yang ingin mengincar pendapatan dividen sambil mempertahankan nilainya.

3) Pertumbuhan Perusahaan

Salah satu cara bagi perusahaan untuk tetap bersaing dalam industri adalah dengan meningkatkan volume penjualan atau pangsa pasar mereka. Adanya diversifikasi produk dan stabilitas penjualan yang tinggi sangat penting untuk mengantisipasi resesi ekonomi, perubahan preferensi konsumen, dan perubahan permintaan. Oleh karena itu, perusahaan akan terus meningkatkan kemakmuran melalui peningkatan pendapatan dan penjualan.

4) Harga Saham

Manajer keuangan percaya bahwa harga saham adalah bagian penting dari kesejahteraan pemilik bisnis. Dengan menaikkan harga saham, mereka berharap dapat menarik perhatian publik untuk berinvestasi. Semakin banyak investasi masyarakat pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan itu bagus untuk diinvestasikan, yang menghasilkan peningkatan nilai perusahaan dengan tidak langsung.

c. Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dihitung dengan beberapa indikator yang berperan sebagai alat penilaian. Berikut Beberapa metode antara lain:

1) *Price book Value* (PBV)

Menurut Brigham & Houston dalam Sulistiana & Pranjoto (2022), harga untuk nilai buku (PBV) adalah salah satunya metode untuk menentukan nilai bisnis.

Tingginya harga ke nilai buku (PBV) perusahaan menunjukkan betapa kayanya pemilik perusahaan atau pemegang saham. PBV adalah rasio keuangan yang mempertimbangkan nilai buku dengan harga saham guna menentukan seberapa murah atau mahal nya saham.

Menurut Brigham dan Ehrhardt (2013), Price to Book Value (PBV) digunakan sebagai rasio untuk menilai selisih antara harga pasar suatu saham dan nilai buku per lembar saham. Nilai buku ini terhitung berdasarkan ekuitas perusahaan, yaitu selisih antara aset dan kewajiban. Melalui rasio ini, dapat diketahui apakah saham perusahaan dijual di pasar dengan nilai yang melebihi atau justru lebih rendah dari nilai buku yang dimilikinya.

Menurut Hery (2015) PBV digunakan untuk menggambarkan kondisi di mana harga saham perusahaan dapat melebihi atau berada di bawah nilai buku per lembar saham. Jika rasio ini lebih besar dari 1, ini berarti pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai buku asetnya, yang mengindikasikan adanya ekspektasi pertumbuhan atau potensi keuntungan yang lebih tinggi di masa depan. Sebaliknya, jika PBV kurang dari 1, itu bisa menampilkan perusahaan dipandang *undervalued* oleh pasar atau memiliki masalah dalam memanfaatkan asetnya secara efisien.

Adapun rumus PBV sebagai berikut:

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

rumus untuk menentukan nilai buku :

$$\text{Nilai Buku Per Lembar Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2) *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Brigham dan Ehrhardt (2013), Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana harga pasar saham dibandingkan dengan laba per saham (EPS). Rasio ini menunjukkan sejauh mana investor bersedia membayar atas setiap laba yang dihasilkan perusahaan. Dengan PER yang tinggi, ekspektasi pertumbuhan laba akan tinggi, sementara PER yang rendah dapat menunjukkan bahwa pasar meragukan kemampuan perusahaan untuk berkembang.

Hery (2015) menyatakan bahwa PER adalah alat untuk menilai tingkat valuasi pasar terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Rasio ini merefleksikan harga pasar saham dibandingkan sama keuntungan per saham yang dihasilkan. Rasio yang tinggi menunjukkan harapan pasar akan pertumbuhan yang besar, sementara rasio yang rendah dapat mengindikasikan kurangnya harapan pertumbuhan atau perusahaan sedang mengalami kesulitan. Adapun rumus PER sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Laba per Saham (EPS)}}$$

Untuk mencari EPS dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

2.1.3 Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Kasmir (2012) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan keahlian perusahaan untuk memperoleh laba, baik dari aktivitas penjualan, penggunaan aset, maupun pemanfaatan ekuitas yang dimiliki. Profitabilitas merujuk pada keahlian perusahaan untuk mendapatkan keuntungan

setelah mengurangi semua biaya yang terkait dengan operasionalnya. Ini mengindikasikan Seberapa efektif bisnis menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan pendapatan (Brigham & Ehrhardt, 2013).

Sejauh mana suatu perusahaan mendapatkan keuntungan dari penggunaan asetnya disebut profitabilitas. Perusahaan memiliki kewenangan untuk menentukan apakah laba akan diberikan kepada pemegang saham atau disimpan untuk keperluan internal (Ambarwati, 2021). Kinerja profitabilitas yang baik menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan perhatian para pemangku kepentingan. Pada akhirnya, kinerja yang baik bisa mengangkat nilai perusahaan (Siagian *et al.*, 2020).

Dengan demikian, profitabilitas dapat dianggap sebagai indikator utama untuk menilai keahlian menghasilkan laba dari penjualan, aset, dan ekuitas. Hal menggambarkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya dan pendapatan serta keputusan terkait pengelolaan atau pembagian laba.

b. Faktor yang mempengaruhi profitabilitas

sejumlah variabel yang memengaruhi profitabilitas menurut Kasmir (2014), yaitu meliputi:

1) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sering kali berpengaruh terhadap profitabilitas. Bisnis besar biasanya memiliki sumber daya tinggi guna menaikkan produktivitas operasional dan mengurangi biaya. Ukuran yang besar memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari skala ekonomi, serta memiliki akses mudah ke sumber daya dan pasar yang lebih luas.

2) Efisiensi Pengelolaan Aset

Pengelolaan aset yang efektif berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas. Perusahaan yang efisien dalam mengelola asetnya dapat memperoleh laba lebih dari setiap aset dimiliki. Efisiensi ini dapat dilihat dari rasio pengembalian atas aset (ROA), yang menunjukkan seberapa efektif aset dipakai untuk menghasilkan.

3) Manajemen Biaya

Kemampuan perusahaan kontrol biaya adalah komponen penting yang mempengaruhi profitabilitas. dalam mengelola biaya. Pengurangan biaya produksi dan operasional akan secara langsung meningkatkan margin laba dan profitabilitas. Perusahaan mendapati kontrol biaya yang baik bisa mempunyai biaya lebih rendah dan laba yang lebih tinggi.

4) Kebijakan Pembiayaan

Pembiayaan perusahaan melalui utang atau ekuitas mempengaruhi profitabilitas. Penggunaan utang yang bijak dapat meningkatkan laba karena utang sering kali lebih murah dibandingkan dengan ekuitas. Akan tetapi, proporsi utang yang terlalu besar dapat memperbesar risiko keuangan serta menekan laba bersih akibat tingginya beban bunga.

5) Harga Jual Produk dan Permintaan Pasar

Harga jual yang tepat dan tingginya permintaan pasar dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang berhasil menetapkan harga produk yang kompetitif dan mampu memenuhi kebutuhan pasar akan mengalami peningkatan penjualan, yang berimbas pada peningkatan laba.

6) Keputusan Investasi

Keputusan investasi perusahaan juga berpengaruh terhadap profitabilitas. Perusahaan yang berinvestasi dalam proyek atau produk yang menguntungkan dapat meningkatkan pendapatan dan laba. Sebaliknya, investasi yang tidak menguntungkan atau tidak efisien dapat menurunkan profitabilitas.

7) Struktur Organisasi dan Manajemen

Struktur organisasi yang efektif dan manajemen yang kompeten dapat mempengaruhi profitabilitas. Perusahaan dengan manajemen yang baik cenderung lebih efisien dalam mengambil keputusan dan menjalankan operasionalnya. Pengambilan keputusan yang tepat akan mempengaruhi seluruh proses bisnis dan akhirnya meningkatkan profitabilitas.

8) Kondisi Ekonomi

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi yang baik atau buruk juga mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pada saat perekonomian berkembang, permintaan terhadap barang dan jasa cenderung meningkat, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan laba. Sebaliknya, dalam kondisi resesi atau krisis ekonomi, perusahaan bisa mengalami penurunan pendapatan dan profitabilitas.

c. Indikator Profitabilitas

Ada beberapa metode yang dipakai mengukur profitabilitas. Metode untuk mengukur profitabilitas menurut Fahmi (2018) dijelaskan:

1) Margin Laba Kotor atau *Gross Profit Margin (GPM)*

Persentase laba kotor dari total penjualan dapat dihitung dengan menggunakan rasio ini. Gross profit margin yang tinggi menunjukkan bahwa operasional perusahaan berjalan secara efisien. Meski demikian, nilai margin ini sangat bergantung pada harga pokok penjualan; jika HPP naik, margin cenderung turun, dan sebaliknya. Perhitungan gross profit margin dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

2) Margin Laba Bersih atau *Net Profit Margin (NPM)*

Jumlah laba bersih yang diperoleh dari penjualan dihitung dengan menggunakan rasio setelah dikurangi seluruh biaya, termasuk pajak. Dengan net profit margin yang tinggi, perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang melampaui biaya produksinya. Untuk menghitung net profit margin, memakai rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

3) *Return on Equity (ROE)*

ROE menampilkan seberapa efektif perusahaan dalam memperoleh pendapatan dengan menggunakan ekuitas yang dimiliki, dilihat dari sudut pandang investor atau pemegang saham. Untuk menghitung rasio ini, kita harus mempertimbangkan laba bersih setelah pajak dibandingkan total ekuitas. jika ROE besar, maka semakin efisien perusahaan dalam mengelola modalnya. Perhitungan ROE dijelaskan menggunakan rumus berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

4) Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan untuk memanfaatkan seluruh aset guna mendapatkan laba. Rasio ini mencerminkan sejauh mana keahlian perusahaan membuat keuntungan dari total aset yang dimiliki. ROA dihitung dari perbandingan antara laba bersih dan total aset pada akhir periode, dan berfungsi sebagai pengukur seberapa efektif bisnis dalam menghasilkan laba. berikut rumus ROA :

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

2.1.4 Likuiditas

a. Pengertian Likuiditas

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek melalui pemanfaatan aset lancar disebut sebagai likuiditas. Likuiditas penting untuk menjaga kelangsungan operasional perusahaan agar dapat memenuhi kewajiban finansialnya tanpa kesulitan (Kasmir, 2012). Seberapa jauh perusahaan dapat membayar kewajiban jangka pendeknya diukur dengan rasio likuiditas. Efektivitas perusahaan dalam mengubah aset non-kas menjadi kas adalah faktor utama mempengaruhi tahap likuiditasnya. Hubungan antara tingkat likuiditas dan nilai perusahaan penting sekali: semakin likuid perusahaan, semakin tinggi nilainya di mata investor (Jariah, 2016).

Jika bisnis dapat memenuhi kewajiban fiskalnya dengan cepat dan memiliki cadangan aset memadai daripada utang jangka pendeknya, perusahaan dianggap

likuid (Siagian *et al.*, 2020). Kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya terkait dengan tingkat likuiditasnya, yang menunjukkan perputaran kas yang sehat dan citra keuangan yang positif (Siagian *et al.*, 2020).

Kesimpulannya, likuiditas adalah kecepatan dan kemudahan perusahaan dalam mengonversi aset menjadi kas atau setara kas tunai untuk membayar kewajibannya dalam waktu dekat. Perusahaan yang dapat memenuhi kewajibannya secara tepat waktu dianggap likuid.

b. Manfaat Likuiditas

Kasmir (2014) menyatakan ada beberapa manfaat likuiditas, yaitu:

1) Menjamin Kemampuan Membayar Kewajiban Jangka Pendek

Tingkat likuiditas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek seperti membayar utang perusahaan, gaji karyawan, dan biaya operasional lainnya. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari risiko keterlambatan pembayaran atau masalah keuangan yang dapat mengganggu kelangsungan operasional.

2) Meningkatkan Kepercayaan dari Kreditur dan Investor

Likuiditas yang cukup memberi kesan positif kepada kreditur dan investor karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan pengelolaan aset dan liabilitas jangka pendeknya secara optimal. Hal ini akan meningkatkan rasa percaya investor dalam menanamkan modalnya serta memudahkan perusahaan dalam memperoleh pembiayaan lebih lanjut dengan biaya yang lebih rendah.

3) Mengurangi Risiko Kebangkrutan

Perusahaan yang memiliki likuiditas yang cukup cenderung lebih mampu

bertahan dalam menghadapi tekanan ekonomi atau pasar yang tidak menentu. Dengan likuiditas yang baik, perusahaan dapat mengatasi masalah arus kas dan kewajiban mendesak tanpa harus terjebak dalam risiko kebangkrutan.

4) Memberikan Fleksibilitas dalam Mengambil Keputusan Bisnis

Perusahaan dengan likuiditas yang memadai memiliki fleksibilitas dalam mengambil keputusan bisnis secara cepat dan tepat, misalnya dalam merespons peluang pasar yang muncul mendadak, melakukan ekspansi, atau berinvestasi dalam proyek-proyek baru tanpa harus tergantung pada utang yang mahal atau pembiayaan eksternal.

5) Mengurangi Ketergantungan pada Pembiayaan Eksternal

Dengan likuiditas yang cukup, perusahaan dapat mengurangi ketergantungannya terhadap pinjaman atau pembiayaan eksternal lainnya. Hal ini akan mengurangi biaya bunga dan beban utang yang dapat menggerogoti profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

6) Memperkuat Stabilitas Keuangan Perusahaan

Likuiditas yang baik membantu perusahaan untuk lebih stabil secara finansial karena perusahaan dapat mengatur aliran kasnya dengan lebih efisien, sehingga dapat mempertahankan operasional dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

7) Meningkatkan Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan likuiditas yang baik seringkali dihargai lebih tinggi oleh pasar karena investor dan analis cenderung melihatnya sebagai perusahaan yang lebih mampu mengelola risiko keuangan serta memiliki peluang untuk berkembang yang lebih baik. Akibatnya, likuiditas tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

c. Indikator Likuiditas

Adapun menurut Kasmir (2012) rasio likuiditas dibagi menjadi beberapa bagian yang disajikan dibawah ini:

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar, yang dikenal sebagai current ratio, yakni alat ukur agar mengetahui sejauh mana dapat melunasi utang jangka pendeknya secara keseluruhan saat jatuh tempo. rumus yang dipakai menghitung rasio saat ini sebagai berikut::

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Quick ratio atau rasio cepat yaitu indikator likuiditas yang menampilkan perusahaan memiliki kemampuan dapat membayar kewajiban lancar dengan memakai aset lancar yang paling likuid, tanpa mempertimbangkan nilai inventory dalam perhitungannya.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Cash ratio adalah alat ukur yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek menggunakan kas yang tersedia. Kas yang dimaksud mencakup uang tunai atau setara kas, seperti tabungan atau rekening giro yang dapat dicairkan. Perhitungan rasio kas menggunakan rumus berikut :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Sulistiana & Pranjoto (2022) Total aktiva yang tercantum dalam neraca pada akhir tahun menjadi indikator yang digunakan menentukan seberapa besar atau kecil. Brigham & Ehrhardt (2013) mengemukakan ukuran perusahaan biasanya dihitung dari total pendapatan (*revenue*) didapatkan perusahaan dalam periode tertentu. Pendapatan yang lebih besar mencerminkan perusahaan dengan skala yang lebih besar, dengan kapasitas pasar yang lebih besar. Kasmir (2012) menyatakan bahwa ukuran bisnis bisa ditentukan melalui besarnya aset yang tercatat dalam laporan keuangan. Bisnis yang mempunyai aset besar biasanya memiliki skala operasi lebih luas. Aset ini mencakup seluruh harta yang digunakan dalam proses operasi bisnis.

Ukuran perusahaan umumnya memengaruhi pertimbangan investor dalam mengambil pilihan investasi. Pada umumnya, ukuran perusahaan dinilai melalui kepemilikan total aset, mengingat nilai aset cenderung lebih dominan dibandingkan variabel keuangan lainnya (Pribadi *et al.*, 2016). Investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga tingkat nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh pertumbuhannya. Citra positif akibat perkembangan perusahaan yang signifikan berpotensi menarik perhatian investor untuk melakukan investasi (Putra & Gantino, 2021).

Disimpulkan jumlah aset, pendapatan, atau aktiva yang dimiliki perusahaan dapat dipakai mengukur seberapa besar atau kecil suatu bisnis secara keseluruhan, dan ini dapat ditunjukkan dengan menghitung ukuran perusahaan. Karena dianggap

lebih stabil dan memiliki kapasitas operasional yang lebih besar, perusahaan besar lebih diminati investor. Akibatnya, pertumbuhan dan ukuran perusahaan berdampak pada nilai perusahaan.

b. Tujuan Ukuran Perusahaan

Menurut David (2011) tujuan dari pengukuran perusahaan meliputi beberapa point, diantaranya adalah:

1) Menilai Kapasitas Operasional

Untuk menentukan seberapa besar kemampuan sebuah perusahaan untuk beroperasi dalam berbagai kondisi pasar, digunakan ukuran perusahaan. Perusahaan besar biasanya mempunyai keuntungan operasional karena mereka dapat memanfaatkan skala ekonomi, yang memungkinkan mereka untuk mengurangi biaya produksi per unit produk.

2) Mengukur Potensi Keunggulan Kompetitif

David berpendapat bahwa skala perusahaan yang besar dapat meningkatkan kemungkinan tercapainya keunggulan kompetitif, karena perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya dan teknologi secara lebih optimal, serta lebih mudah untuk berinovasi dan mengembangkan produk baru. Ini bisa menaikkan daya saing perusahaan di pasar global.

3) Menilai Kemampuan untuk Menghadapi Risiko dan Ketidakpastian Pasar

Perusahaan besar dianggap lebih mampu mengatasi fluktuasi pasar atau perubahan ekonomi. Mereka cenderung memiliki lebih banyak cadangan keuangan dan lebih terdiversifikasi dalam berbagai sektor, sehingga lebih mampu bertahan dalam menghadapi krisis atau ketidakpastian pasar.

4) Stabilitas Finansial

Ukuran perusahaan juga digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat bertahan dalam situasi ekonomi yang sulit. Skala perusahaan yang besar memudahkan aksesnya terhadap sumber modal, baik melalui utang maupun ekuitas, yang membuatnya lebih stabil secara finansial.

c. Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Yustiani (2022), Ukuran perusahaan digunakan sebagai tolok ukur untuk menilai skala operasional, baik besar maupun kecil, yang dapat dinilai dari berbagai aspek seperti total aset, ukuran log, nilai pasar saham, dan faktor lainnya. Menurut Asnawi dan Wijaya (2025) Umumnya, pengukuran ukuran perusahaan dilakukan melalui besarnya total aset, mengingat jumlah aset cenderung memiliki nilai yang lebih signifikan dibandingkan indikator keuangan lainnya. Menurut Kasmir (2014), Skala perusahaan atau ukuran perusahaan merujuk pada tingkat besar kecilnya suatu organisasi bisnis yang biasanya diukur menggunakan indikator seperti total kekayaan, pendapatan penjualan, jumlah karyawan, maupun nilai kapitalisasi pasar. Dalam konteks analisis keuangan, ukuran ini penting untuk menilai perbedaan kinerja antarperusahaan berdasarkan skala operasionalnya.

Ukuran bisnis dalam studi ini ditentukan melalui logaritma natural ($\ln$) dari total aset. alasan penggunaan metode ini guna menyamakan skala antara perusahaan besar dan kecil agar data terdistribusi secara normal. Transformasi ini membantu mengurangi variabilitas ekstrem, dan Berikut adalah ukuran bisnis:

$$SIZE = \ln (\text{Total Aset})$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Studi sebelumnya mencakup sebuah studi atau riset yang sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti di bidang tertentu. Berikut ini studi sebelumnya yang terkait dengan penelitian :

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Ananda, 2017)	Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	X1:Struktur Modal X2:Profitabilitas Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan struktur modal memiliki pengaruh sedangkan profitabilitas tidak berperan pada nilai perusahaan
2	(Putra & Gantino, 2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	X1:Profitabilitas X2: Leverage X3: Ukuran Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian Profitabilitas tidak berpengaruh. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat leverage, namun tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya ukuran perusahaan.
3	(Siagian <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Akuntansi Lingkungan, Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	X1:Ukuran Perusahaan X2:Akuntansi Lingkungan X3:Profitabilitas X4:Leverage X5:Kebijakan Dividen X6: Likuiditas Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan Akuntansi Lingkungan berpengaruh negatif. Profitabilitas berpengaruh positif. Leverage, Ukuran perusahaan Kebijakan Dividen dan Likuiditas tidak berdampak nilai perusahaan
4	(Indriyani, 2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	X1:Ukuran Perusahaan X2:Profitabilitas Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas menurunkan nilai perusahaan

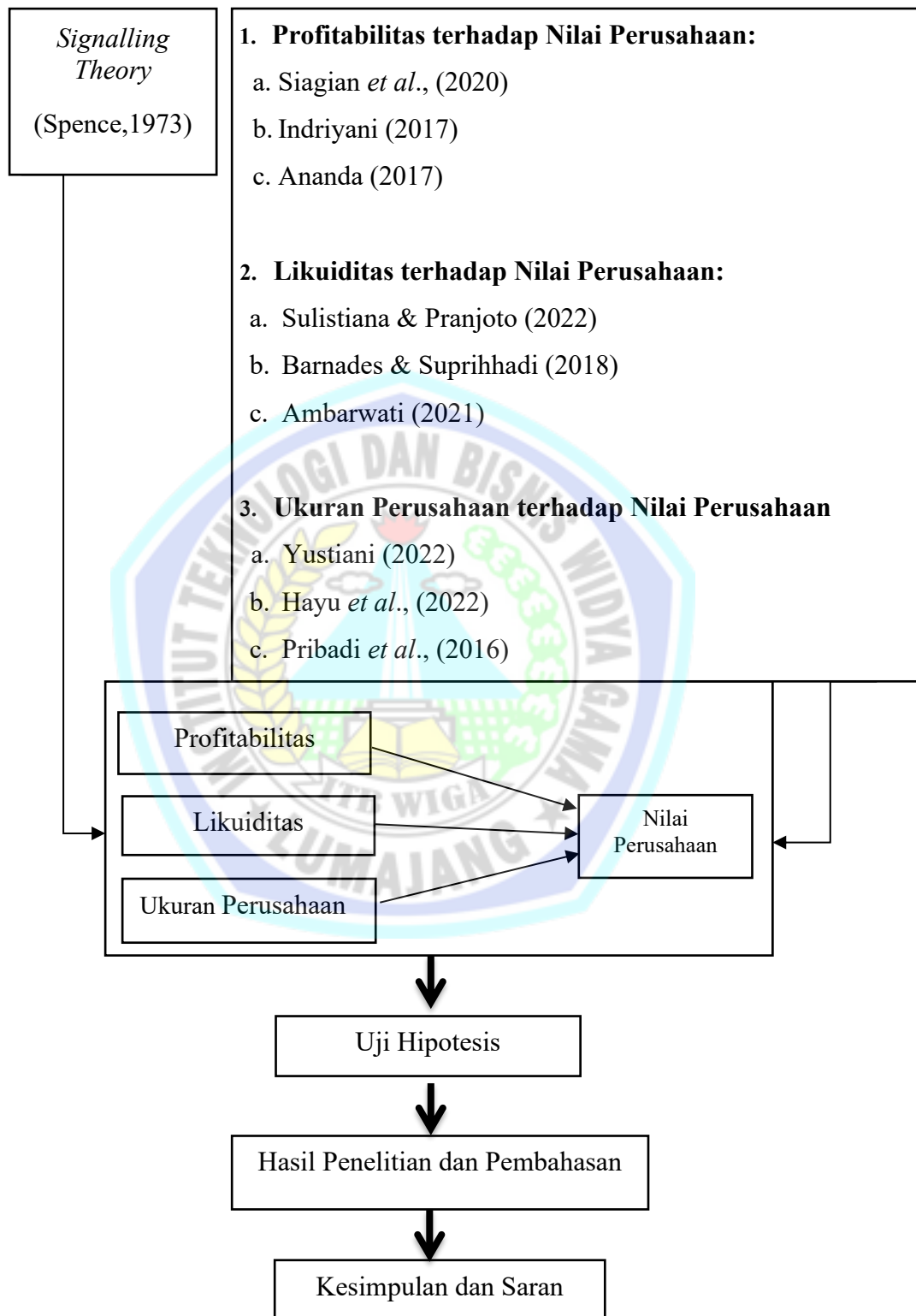
No	Nama	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
5	(Pribadi <i>et al.</i> , 2016)	Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar Di Perusahaan BEI	X1:Struktur Aset X2:Ukuran Perusahaan X3:Likuiditas X4:Profitabili tas Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian Struktur Aset sangat bermanfaat dan signifikan. Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran, likuiditas, atau profitabilitasnya.
6	(Sulistiana & Pranjoto, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Aktivitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman	X1:Profitabilitas X2:Solvabilitas X3:Likuiditas X4:Aktivitas X5:Ukuran Perusahaan Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap faktor, termasuk profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, aktivitas, dan ukuran bisnis, memengaruhi nilai perusahaan baik secara parsial maupun langsung.
7	(Ambarwati, 2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terlisting di BEI tahun 2015 – 2019	X1:Likuiditas X2:Profitabilitas Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	hasil dari studi, nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh likuiditas atau profitabilitas; sebaliknya, nilai perusahaan dipengaruhi oleh keduanya.
8	(Yustiani, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2016- 2018	X1:Profitabilitas X2:Ukuran Perusahaan X3:Kebijakan Dividen Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, rasio profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak memengaruhi nilai perusahaan.

No	Nama	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
9	(Barnades & Suprihadi, 2018)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food and beverages</i> di BEI Periode (2014-2018)	X1:Profitabilitas X2:Leverage X3:Likuiditas Y:Ukuran Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Baik profitabilitas maupun leverage, likuiditas, atau ukuran perusahaan tidak berdampak nilai perusahaan.
10	(Hayu <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI	X1:Struktur Modal X2:Ukuran Perusahaan Y:Nilai Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan (LN) memengaruhi nilai perusahaan, tetapi hasil uji struktur modal (DER) tidak.

Sumber: Penelitian Terdahulu Tahun 2016-2022

2.3 Kerangka Pemikiran

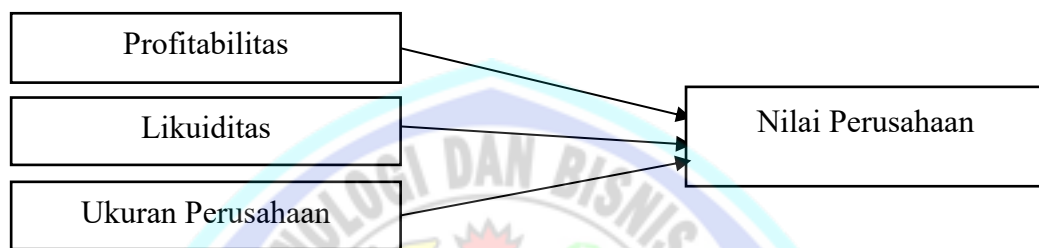
Menurut Sugiyono (2014) yaitu gambaran secara sistematis mengenai variabel-variabel yang diteliti, dan menjelaskan hubungan antar variabel tersebut. Kerangka pemikiran memuat penjabaran teori-teori yang mendukung penelitian dan hubungan antarvariabel yang diteliti. Kerangka pemikiran dalam studi ini bisa dilihat berikut :



Gambar 2.1 kerangka pemikiran
Sumber penelitian terdahulu

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menurut Sugiyono (2014) adalah struktur yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dalam sebuah penelitian. Kerangka ini berfungsi agar menggambarkan secara jelas mengenai konsep yang terlibat dan bagaimana hubungan antar konsep tersebut dapat diuji atau dianalisis dalam penelitian. Berikut disajikan kerangka konseptual studi adalah:



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual
Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori signalling, profitabilitas tinggi bisa menjadi indikasi positif untuk perusahaan. Permintaan terhadap saham akan meningkat jika investor percaya pada sinyal ini, yang mengakibatkan peningkatan nilai saham dan perusahaan. Dengan rasio profitabilitas meningkat, perusahaan dinilai mempunyai prospek pertumbuhan menguntungkan karena kinerja finansial yang baik dan efisiensi manajemen. Akibatnya, nilai saham dan kepercayaan pasar terhadap perusahaan meningkat. Profitabilitas yang rendah atau menurun dapat mengindikasikan adanya masalah dalam model bisnis, manajemen biaya, atau strategi perusahaan, dan mungkin memerlukan perhatian untuk peningkatan.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung teori ini: penelitian (Siagian et al., 2020) menemukan bahwa profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara positif; penelitian (Indriyani, 2017) menemukan bahwa profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan; dan penelitian (Sulistiana & Pranjoto, 2022) menemukan bahwa profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan. Jadi, hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

keahlian perusahaan dalam mencukupi kewajiban jangka pendek dikenal sebagai likuiditas. Dalam *Signalling Theory*, perusahaan dengan likuiditas yang baik (misalnya, memiliki kas yang cukup) mendapatkan sinyal positif bahwa perusahaan tersebut memiliki ketahanan finansial dan dapat mengatasi krisis keuangan. Seberapa cepat bisnis bisa merubah aset menjadi kas diukur oleh rasio likuiditasnya untuk membayar utang yang jatuh tempo. Aset likuid umumnya mencakup kas, piutang, dan persediaan yang dapat dijual. Memahami likuiditas perusahaan adalah kunci untuk menilai stabilitas keuangan jangka pendek dan kemampuan perusahaan untuk menghadapi ketidakpastian keuangan atau fluktuasi pasar.

studi (Sulistiana & Pranjoto, 2022) menunjukkan bahwa likuiditas berdampak nilai perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh uraian tersebut. Penelitian lain (Barnes & Suprihhadi, 2018) juga menemukan bahwa likuiditas mengakibatkan nilai perusahaan secara efisien. Berikut adalah hipotesis penelitian:

H2: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori signalling, ukuran perusahaan besar kahlia kematangan dan kekuatan perusahaan di pasar. Ukuran perusahaan juga sering digunakan sebagai indikator stabilitas dan kredibilitas. Perusahaan besar biasanya memiliki lebih banyak sumber daya, lebih baik dipandang, dan lebih mampu bertahan dalam jangka panjang. Ukuran perusahaan merujuk pada berbagai cara untuk mengukur seberapa besar atau seberapa kecil suatu perusahaan berdasarkan berbagai aspek. Ukuran perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan metrik-metrik seperti pendapatan, total aset, jumlah karyawan, dan kapitalisasi pasar. Mengukur ukuran perusahaan sangat penting untuk berbagai tujuan analisis, baik untuk investor, manajemen, maupun pihak eksternal yang ingin memahami kapasitas dan potensi perusahaan.

Studi sebelumnya, seperti penelitian oleh Hayu et al. (2022), menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukurannya, dan studi lain (Yustiani, 2022), menemukan hal yang sama: ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Maka, rumusan hipotesis studi adalah:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan