

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.2 Teori sinyal (*signalling theory*)

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973, yang menjelaskan bahwa perusahaan dengan kinerja baik akan mengirimkan sinyal berupa informasi finansial kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi. Spence mencontohkan ini pada pasar tenaga kerja, di mana perusahaan yang berkinerja baik menggunakan informasi tersebut sebagai sinyal kepada pasar. Selanjutnya, Ross (1977) mengembangkan teori ini dengan menegaskan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja baik cenderung menyampaikan kondisi perusahaan kepada investor sebagai bentuk sinyal yang dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka (Febryanti, 2024). Jika pengumuman tersebut memiliki nilai positif, diharapkan pasar akan menanggapinya dengan positif. Semua pelaku pasar telah menerima dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal bahwa ada sesuatu yang tidak baik. Ketika laba perusahaan meningkat, itu adalah sinyal yang menguntungkan, sementara ketika laba menurun, itu adalah sinyal yang merugikan. Ini dianggap sebagai sinyal yang buruk bagi investor (Munira et al., 2024)

Keterkaitan ukuran perusahaan dengan teori sinyal adalah jika perusahaan besar menunjukkan pertumbuhan, hal ini mengirimkan pesan yang baik kepada pihak luar seperti investor, yang cenderung mendukung perusahaan (Hakim et al., 2021). Teori sinyal berfokus pada cara manajemen perusahaan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, terutama investor. Data ini dapat berasal dari pilihan investasi, pengumuman dividen, ataupun laporan keuangan. Perusahaan berusaha untuk meningkatkan kepercayaan investor dan nilainya dengan memberikan sinyal positif, kekuatan sinyal yang dapat diberikan kepada pasar berkorelasi langsung dengan ukuran perusahaan. dalam hal ini, lebih banyak informasi tersedia untuk perusahaan-perusahaan yang lebih besar, beserta perusahaan tersebut lebih mampu mengomunikasikannya kepada para investor tersebut. Kaitan antara teori sinyal dan ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran besar mencerminkan adanya perkembangan positif. Hal

ini dapat menjadi sinyal yang menguntungkan bagi pihak eksternal, seperti investor, yang kemudian merespons positif terhadap perusahaan tersebut (Saefudin et al., 2023) Hal ini menciptakan persepsi bahwa perusahaan tersebut lebih stabil sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Teori sinyal (*signalling theory*) relevan dengan inflasi karena inflasi dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap risiko dan potensi keuntungan. Inflasi yang tinggi sering kali dianggap sebagai sinyal negatif, yang dapat mengurangi minat investasi, sedangkan inflasi yang rendah dapat memberikan sinyal positif, mendorong keputusan investasi yang lebih baik. Teori sinyal juga dapat dipahami dari sudut pandang risiko bisnis, di mana semakin tinggi risiko bisnis yang dimiliki perusahaan, semakin negatif pandangan calon investor terhadap perusahaan tersebut, sehingga hal ini memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi. Sebaliknya, peluang investasi yang besar dianggap sebagai sinyal positif yang dapat meningkatkan penilaian investor terhadap perusahaan (MahendraYusuf et al., 2023) investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja baik meskipun dalam kondisi inflasi, sehingga sangat penting untuk mengungkapkan laporan keuangan secara transparan. Berdasarkan teori sinyal mengungkapkan bahwa inflasi yang tinggi dapat memberikan sinyal negatif bagi investor. Tingginya inflasi akan menyebabkan penjualan menurun sehingga membuat investor tidak berinvestasi pada saham melainkan menyimpan dana dalam bentuk tabungan karena bunga yang diberikan lebih besar daripada tingkat imbal hasil dari kegiatan investas. Dengan demikian akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan (Sari et al., 2024).

Mengacu pada *signalling theory*, inflasi yang tinggi dapat diinterpretasikan sebagai indikasi negatif bagi investor, sementara tingkat inflasi yang rendah memberikan sinyal positif. Investor cenderung menghindari penanaman modal pada perusahaan saat inflasi tinggi. Akibatnya, penurunan laba perusahaan dapat menyebabkan berkurangnya minat investor untuk berinvestasi, yang pada akhirnya menurunkan harga saham dan nilai perusahaan (Zuhro et al., 2021).

2.1.3 Teori Sumber Daya (*Resource-Based Theory*)

Teori *Resource Based Theory (RBT)* pertama kali dikemukakan oleh *Wernerfelt* pada tahun 1984. Teori Berbasis Sumber Daya ialah nama lain dari kerangka kerja ini. Memanfaatkan serta mengelola sumber daya yang ada agar mendapatkan keunggulan kompetitif dijelaskan oleh teori *RBT*. Secara teoritis, bisnis bisa mempunyai keunggulan di pasar dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Salah satu aset atau sumber daya tidak berwujud dalam *Resource Based Theory (RBT)* ialah modal intelektual. Dalam rangka memaksimalkan penciptaan nilai bagi organisasi, *RBT* menyatakan bahwa keunggulan kompetitif diperlukan untuk kinerja yang maksimal. Dikarenakan adanya *IC*, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak nilai, yang meningkatkan kinerja mereka. Reaksi pasar terhadap peningkatan kinerja perusahaan ialah dengan menaikkan nilainya (Putri et al., 2021) *Intellectual capital* merupakan bagian dari sumber daya tak berwujud (*intangible asset*) yang dijelaskan dalam *Resource Based Theory (RBT)*. *RBT* menyatakan bahwa perusahaan dapat mencapai kinerja optimal jika memiliki keunggulan kompetitif yang mampu menciptakan nilai. Dengan adanya *IC*, perusahaan dapat menghasilkan nilai tambah yang berkontribusi pada peningkatan kinerja. Peningkatan kinerja ini kemudian mendorong pasar untuk merespons secara positif melalui kenaikan nilai perusahaan (Alifian, 2024)

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai sebuah perusahaan adalah cerminan dari bagaimana investor memandang perusahaan tersebut. Jika perusahaan ingin meningkatkan nilainya, Perusahaan perlu menyampaikan narasi yang menarik kepada investor agar citranya terlihat positif. Investor dapat melakukan penilaian yang lebih akurat ketika asimetri informasi diminimalkan, salah satunya melalui penyajian laporan keuangan. (Agustin et al., 2022) Nilai perusahaan, yang sering dinyatakan sebagai harga sahamnya, mencerminkan seberapa sukses mengacu investor bisnis tersebut. Harga saham yang tinggi membuat investor lebih optimis tentang prospek perusahaan, yang meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya, yang menarik minat investor. Kenaikan harga saham menciptakan pandangan positif, meningkatkan kepercayaan pasar, dan mencerminkan potensi

perusahaan di masa depan (Saefudin et al., 2023) Nilai perusahaan ialah cerminan bagaimana investor memandang kinerjanya, serta harga saham ialah cara umum untuk mengukurnya. Mempunyai nilai perusahaan yang tinggi berarti lebih banyak uang bagi pemegang saham, maka tujuan utama para pemimpin bisnis adalah mencapai tujuan tersebut. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal ini memberikan lebih banyak alasan bagi investor untuk percaya pada potensi perusahaan dikarenakan harga saham merepresentasikan performa perusahaan saat ini serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, harga saham yang lebih tinggi mengindikasikan bahwasanya perusahaan tersebut bernilai tinggi (Aananda et al., 2022)

2.1.5 Intellectual Capital

Intellectual capital terdiri dari pengetahuan, keterampilan, serta inovasi (Melvani et al., 2025) Pada tahun 1969, *John Kenneth Galbraith* pertama kali mengusulkan gagasan *intellectual capital*, yang didefinisikan sebagai “sumber daya yang dimiliki oleh suatu organisasi yang mampu menghasilkan keuntungan dan kesuksesan ekonomi. Hal ini mencakup hal-hal seperti keahlian, pengetahuan, informasi, serta kekayaan intelektual. *Intellectual capital* terdiri dari aset tidak berwujud yang meliputi pengetahuan, pengalaman manusia, dan teknologi yang diterapkan dalam proses bisnis. Aset ini berfungsi sebagai fondasi utama dalam ekonomi berbasis pengetahuan, di mana produksi dan pemanfaatan informasi menjadi elemen kunci dalam penciptaan kekayaan (Setiawan et al., 2025). *Intellectual capital (IC)* merupakan salah satu aset tidak berwujud yang berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan, terutama dalam industri yang padat teknologi, proyek jangka panjang, dan persaingan yang dinamis seperti sektor infrastruktur. Dalam penelitian ini, pengukuran *intellectual capital* menggunakan metode *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)*, yang merupakan gabungan dari tiga komponen utama, yaitu *VACA (Value Added Capital Employed)*, *VAHU (Value Added Human Capital)*, dan *STVA (Structural Capital Value Added)*. Menurut Sawarjuwono & Kadir dalam *e-book (Zulkifli Noor, 2021)* *intellectual capital* terdiri dari tiga komponen utama yang saling melengkapi, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Ketiga komponen ini berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi organisasi:

Human capital) adalah elemen fundamental dalam modal intelektual (*intellectual capital*), berperan sebagai sumber utama inovasi serta pengembangan. Namun, komponen ini sering kali sulit untuk diukur secara objektif. *Human capital* menjadi wadah bagi pengetahuan, keterampilan, serta kompensasi yang bernilai bagi suatu organisasi ataupun perusahaan. Selain itu, SDM ialah cerminan dari kapasitas organisasi untuk memberikan solusi ideal melalui keahlian gabungan dari para karyawannya. Apabila sebuah perusahaan mampu memanfaatkan dan mengelola keahlian karyawannya dengan baik, maka perusahaan tersebut bisa meningkatkan sumber daya manusianya. Beberapa indikator yang bisa dipakai guna mengukur modal ini mencakup program pelatihan, kualifikasi profesional, pengalaman, kompetensi, proses rekrutmen, kegiatan mentoring, program pembelajaran, potensi individu, serta karakteristik kepribadian (Zulkifli Noor, 2021).

Structural capital atau *organization capital*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional rutin dan menyediakan kerangka kerja yang membantu individu berfungsi sebaik mungkin secara intelektual, yang pada gilirannya meningkatkan keberhasilan perusahaan secara keseluruhan. Filosofi manajemen, sistem operasional, teknik produksi, budaya organisasi, serta kekayaan intelektual lainnya yang dimiliki organisasi merupakan bagian dari kekayaan intelektual. Modal intelektual perusahaan tidak dapat bekerja secara maksimal tidak peduli seberapa cerdas karyawannya jika perusahaan tidak mempunyai protokol serta prosedur yang efisien (Zulkifli Noor, 2021).

Relational capital atau *customer capital*) memberikan kontribusi terhadap modal intelektual perusahaan dengan cara yang berarti. Kekayaan ini merupakan cerminan dari jaringan hubungan yang saling terkait yang telah dijalin oleh bisnis dengan banyak rekanannya, termasuk pemasok yang dapat diandalkan dan berkualitas tinggi, serta hubungan dengan kota dan negara. Selain itu, elemen-elemen ekstra-bisnis lainnya juga dapat berkontribusi pada pembentukan modal relasional, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan (Zulkifli Noor, 2021).

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah salah satu elemen yang memengaruhi nilainya. Publik memberi perhatian lebih besar pada perusahaan jika ukurannya signifikan dibandingkan dengan keseluruhan asetnya. Alasannya yaitu bahwasanya bisnis yang aman secara finansial biasanya mempunyai lebih banyak aset yang di miliki perusahaan (Aldi et al., 2020) Secara umum, perusahaan yang lebih besar dianggap lebih stabil secara finansial ketika aset keseluruhannya dinilai. Stabilitas ini berfungsi sebagai indikator positif bagi investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko serta mempertahankan keberlangsungan operasional dalam jangka Panjang. Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. menurut (Saefudin et al., 2023) Besarnya ukuran perusahaan diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan yang lebih besar umumnya lebih mudah dalam memperoleh sumber pendanaan, baik dari dalam perusahaan (*internal*) maupun dari luar (*eksternal*)

Perusahaan besar menarik minat investor karena profitabilitasnya yang tinggi dan tingkat risikonya yang rendah menjadikannya pilihan investasi yang menarik. Nilai perusahaan juga bisa dipengaruhi oleh ukurannya. Sumber pendanaan internal serta eksternal lebih mudah diakses oleh perusahaan-perusahaan besar (Gowanti 2023). Jumlah aset yang lebih besar memungkinkan seseorang untuk menentukan besarnya perusahaan. Oleh karenanya, menjaga ukuran perusahaan tetap tinggi membutuhkan manajemen aset yang tepat (Imron et al., 2020)

2.1.7 Inflasi

Tingginya tingkat inflasi berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan melalui penurunan volume penjualan yang berimplikasi pada penurunan laba usaha. Berdasarkan Teori Sinyal (*Signalling Theory*), kondisi inflasi tinggi memberikan sinyal negatif kepada investor mengenai ketidakstabilan ekonomi makro, sedangkan inflasi rendah menjadi indikator positif bagi iklim investasi. Mekanisme transmisi ini mempengaruhi perilaku investor dimana ketidakpastian ekonomi mendorong penurunan minat investasi, menyebabkan tekanan pada harga saham yang akhirnya mengurangi nilai perusahaan (Zuhro et al., 2021) Perusahaan bisa mengalami penurunan penjualan serta, pada gilirannya, penurunan laba jika inflasi

tinggi. Hal ini, pada gilirannya, bisa memengaruhi pilihan investor untuk menaruh uang di perusahaan. Penurunan suku bunga terjadi saat permintaan terhadap saham perusahaan berkurang, sehingga harga saham turun. Ketika suku bunga naik, hal ini mendorong pemilik modal untuk berinvestasi di perusahaan tertentu karena mereka mengharapkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi. Namun, jika suku bunga deposito terus meningkat, investor cenderung mengalihkan dananya ke deposito daripada berinvestasi di pasar modal, karena mereka melihat potensi keuntungan yang lebih rendah beserta risiko yang lebih tinggi di pasar modal (Safitri Nur, 2021)

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan studi ini, peneliti sudah mengkaji berbagai studi yang telah dilaksanakan dalam beberapa tahun terakhir. baik terkait dengan variabel *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, variable inflasi terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Widjaya A A D (2024)	Pengaruh Intellectual Capital, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023)	Variabel Independen: <i>Intellectual Capital</i> , Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Variabel dependen : Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi	<i>Intellectual capital</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil
2	Rahmadi & Mutasowifin (2021)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan SektorKeuanganyang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Variabel Independen: <i>Intellectual Capital</i> Perusahaan. Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>intellectual capital</i> dan nilai perusahaan
3	Melvani & Arsjah (2025)	Pengaruh <i>Green Accounting, Intellectual Capital</i> dan Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: <i>Intellectual capital</i> Variabel Dependen : nilai Perusahaan	<i>Intellectual Capital</i> memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
4	Putri & Miftah (2021)	Pengaruh <i>Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: <i>Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	<i>intellectual capital</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil
5	Besinleon (2022)	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan <i>Transportation And Logistic</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: Intellectual capital Variabel Dependen : Nilai Perusahaan <i>Transportation And Logistic</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<i>intellectual capital</i> dapat mempengaruhi nilai perusahaan
6	Muharrama & Hakim (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan
7	Putri et al., (2024)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen : Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan aset Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	ukuran perusahaani berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil
8	Ananda & Lisiantara (2022)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan	Variabel Independen : profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan dividen Variabel dependen: Nilai Perusahaan	ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
9	Susanto & Suryan (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, leverage, dan Profitabilitas Variabel dependen: Nilai Perusahaan	variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10	Puspitaningrum & Hanah (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclicals Subsektor Makanan)	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang	Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

		& Minuman diBursa Efek Indonesia Tahun 2018 -2022)	Variabel dependen: Nilai Perusahaan	
11	Manullang & Wiyani (2024)	Pengaruh ROI , ROE Dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Indonesia Periode 2020-2022	Variabel Independen : ROI , ROE , Dan Inflasi Variabel dependen Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Indonesia Periode 2020-2022	Inflasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12	Zuhro & Irsad (2022)	Pengaruh Rasio Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Inflasi dan Suku Bunga terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti, Real Estate dan Konstruksi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016-2020	Variabel Independen : Rasio Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Inflasi dan Suku Bunga Variabel dependen Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti, Real Estate dan Konstruksi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016-2020	Inflasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil
14	Nuryani et al., (2021)	Pengaruh Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate	Variabel Independen : Internal dan Eksternal Perusahaan Variabel dependen : Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate	Inflasi mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.
15	Hidayat et al., (2023)”	Pengaruh <i>Financial Distrees</i> , inflasi dan nilai tukar terhadap keputusan investasi serta implikasinya pada nilai perusahaan”	Variabel Independen : Financial Distrees, inflasi dan nilai tukar Variabel dependen: keputusan investasi serta implikasinya pada nilai perusahaan”	Inflasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

2.3 Perbedaan Dengan Penelitian Saat ini

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang sudah jelaskan di atas. Studi ini memiliki perbedaan atau karakteristik khas yang dijelaskan pada poin-poin berikut.

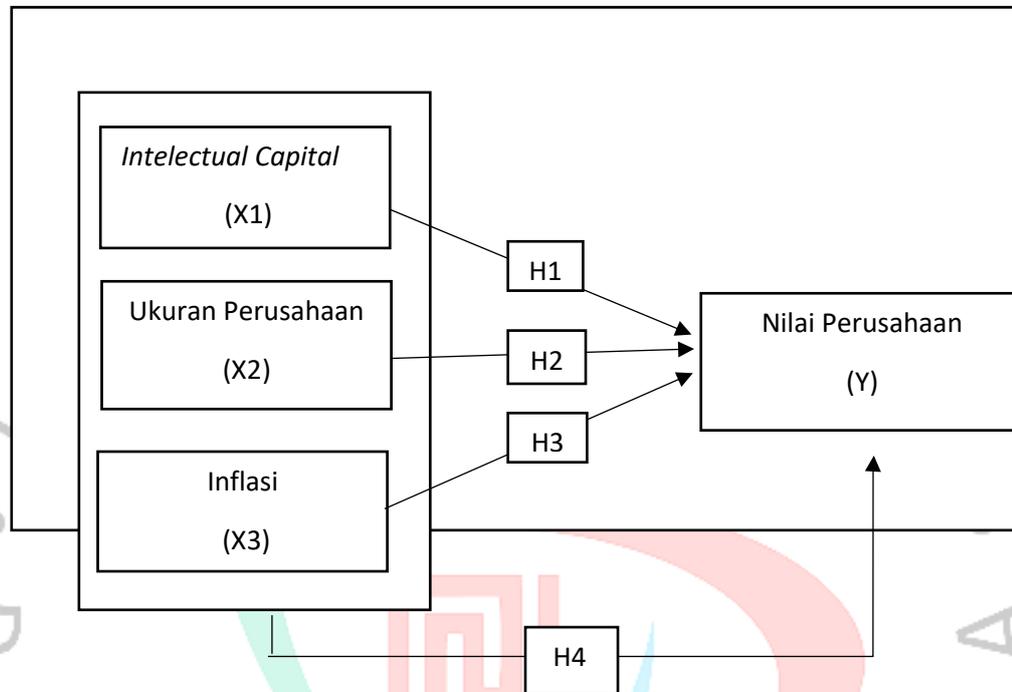
1. Variabel-variabel yang saling terkait dalam studi ini berbeda dari yang digunakan dalam studi sebelumnya (Melvani & Arsjah 2025) “Pengaruh *Green Accounting*, *Intellectual Capital* dan Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan”
2. Pada studi ini terdapat pembaharuan variabel yaitu *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Inflasi (variabel Dependen) dan nilai Perusahaan (variabel Independen). Peneliti mengintegrasikan berbagai indikator dalam variabel tersebut guna memperoleh hasil penelitian yang lebih terperinci.
3. Peneliti menggunakan perusahaan Insfratuktur sebagai objek yang diteliti, berdasarkan analisis terhadap tabel penelitian terdahulu, penulis menemukan bahwa penelitian memakai sampel dari perusahaan manufaktur dan perusahaan di sektor energi. Sebagai contoh studi yang dilaksanakan oleh (Sari et al., 2022) dan (Melvani & Arsjah 2025) untuk itulah penulis menggunakan sektor Insfratuktur agar berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berikut ini ialah kerangka pemikiran dari penelitian penuli

Gambar 2.1 Kerangka Konseptua

Gambar 2.1 1 Kerangka Konseptual



3.5 Hipotesis

Berlandaskan latar belakang permasalahan yang telah jelaskan sebelumnya, serta dilengkapi dengan pengukuran, tujuan, dan kerangka pemikiran penelitian, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

3.5.1 Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Berlandaskan temuan studi yang dilaksanakan oleh (Widjaya A A D 2024), (Rahmadi & Mutasowifin(2021), (Melvani & Arsjah 2025), (Putri & Miftah 2021) dan (Besinleon 2022). Modal intelektual meningkatkan nilai perusahaan, mengacu temuan penelitian ini. Perusahaan yang mahir dalam mengelola dan mengembangkan *intellectual capital* tersebut telah membuat kemajuan di bidang sumber daya manusia, hubungan dengan pemangku kepentingan, dan perubahan sistemik. Apabila perusahaan bisa meningkatkan tingkat modal intelektualnya, maka perusahaan tersebut akan bisa menarik investor yang melihat nilai VAIC saat mengambil keputusan. Guna meningkatkan nilai yang mereka berikan kepada investor dan

meningkatkan reputasi mereka di mata publik, perusahaan, mengacu pada *Resource Based Theory*, perlu menguasai seni manajemen aset tak berwujud. Berdasarkan teori serta hasil penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian dirumuskan bahwa *intellectual capital* (X1) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

H₁ : *Intellectual Capital* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

3.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berlandaskan temuan studi yang dilaksanakan oleh (Muharramah & Zulman Hakim 2021), (Putri et al., 2024), (Ananda Gz & Lisiantara 2022), (Susanto & Suryan 2024), dan (Puspitaningrum & Hanah 2024) ada korelasi antara ukuran perusahaan serta nilai perusahaan, mengacu studi ini. Pasar merespons secara positif bisnis yang sedang berkembang, yang dapat meningkatkan nilai mereka. Hal ini terutama berlaku untuk perusahaan menengah, yang cenderung menikmati keadaan yang lebih konsisten. Pendanaan menjadi lebih mudah diakses, baik secara internal maupun eksternal, untuk organisasi yang lebih besar. Guna memaksimalkan nilai perusahaan, pemilihan pendanaan terkait erat dengan ukuran perusahaan.

Berdasarkan Teori Sinyal (*signaling theory*) yaitu suatu bentuk informasi yang secara sengaja dipublikasikan oleh perusahaan untuk disampaikan kepada pemegang saham serta pihak-pihak berkepentingan lainnya. Informasi ini bisa berupa laporan keuangan, pengumuman dividen, atau keputusan investasi. Sinyal yang disampaikan oleh pihak internal dapat diidentifikasi oleh pihak eksternal melalui laporan yang dipublikasikan. Sasarannya ialah lebih banyak orang yang ingin menanamkan uang ke dalam bisnis ini jika sinyalnya bagus. Permintaan pasar modal akan saham perusahaan akan menaikkan harga saham, yang merupakan ukuran nilai perusahaan. Nilai perusahaan berbanding lurus dengan jumlah investor yang menaruh uang di dalamnya. Berlandaskan teori serta temuan studi sebelumnya, hipotesis penelitian dirumuskan ukuran perusahaan (X2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

H₂ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

3.5.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan studi (Manullang & Wiyani 2024), (Zuhro & Irsad 2022), Hestiliana (Safitri 2021), (Nuryani et.,al 2021), serta (Hidayat et al., 2023) mengungkapkan bahwasanya Inflasi Perpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Inflasi yang rendah dapat memberikan sinyal positif, mendorong keputusan investasi yang lebih baik. investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja baik meskipun dalam kondisi inflasi, sehingga sangat penting untuk mengungkapkan laporan keuangan secara transparan. Berdasarkan teori sinyal jika perusahaan mampu menunjukkan kinerja yang baik meskipun ada tekanan inflasi. Ketika perusahaan berhasil mempertahankan profitabilitas dan transparansi dalam laporan keuangan, hal ini bisa menjadi sinyal positif bagi investor, menaikkan kepercayaan serta minat investasi. Berdasarkan teori serta hasil penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian dirumuskan inflasi (X3) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

H₃ Inflasi Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

3.5.4 Pengaruh Intellectual Capital, Ukuran Perusahaan dan Inflasi Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital meliputi seluruh proses yang berfungsi sebagai aset tidak berwujud dalam laporan keuangan, termasuk merek dagang dan paten (Widjaya A A D 2024). Perusahaan besar yang memiliki *Intellectual Capital* unggul cenderung mempunyai nilai yang lebih tinggi dikarenakan perpaduan antara sumber daya tangible (aset) dan intangible (pengetahuan).

Ukuran perusahaan mengindikasikan keseluruhan asetnya, perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai lebih banyak aset. Pasar modal lebih mudah diakses oleh perusahaan berskala besar daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar lebih mudah mendapatkan dana dalam jumlah besar dari sumber luar. Akibatnya, nilai perusahaan bisa meningkat karena lebih banyak investor yang memutuskan untuk menaruh uang mereka di dalamnya (Widjaya A A D 2024).

Inflasi merupakan faktor signifikan dalam analisis keuangan, karena dapat berdampak pada nilai riil aset dan kewajiban perusahaan, sekaligus memengaruhi kapasitas perusahaan agar mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Manullang & Wiyani 2024). Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja baik meskipun dalam kondisi inflasi, sehingga sangat penting untuk mengungkapkan laporan keuangan secara transparan. Ketika perusahaan berhasil mempertahankan profitabilitas dan transparansi dalam laporan keuangan, hal ini bisa menjadi sinyal positif bagi investor.

Ketika ketiga faktor, yaitu *Intellectual Capital*, ukuran perusahaan, dan inflasi, berfungsi secara simultan, ketiganya bisa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan baik melalui peningkatan efisiensi internal, daya saing, maupun stabilitas keuangan di tengah dinamika ekonomi. Oleh karenanya, studi ini mengajukan hipotesis bahwa *Intellectual Capital*, ukuran perusahaan, dan inflasi secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berlandaskan uraian tersebut, maka rumusan hipotesis dalam studi ini bisa dinyatakan sebagai berikut.

H₄ *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan dan Inflasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan