

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Teori Sinyal (Signalling Theory)**

Menurut Dewi *et al.* (2020) Teori sinyal merupakan suatu aksi yang dilaksanakan oleh manajemen di suatu perusahaan yang memberikan arahan kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan itu sendiri. Teori sinyal menjelaskan mengenai perusahaan yang wajib melaporkan laporan keuangan kepada pihak luar dan memberikan informasi mengenai pasar modal. Pada tahun 1973 teori ini menjadi teori keseimbangan sinyal, tujuannya untuk menyeimbangkan kedua belah pihak agar mendapatkan masalah informasi asimetris dengan salah satu pihak yang memberikan informasi yang relevan kepada pihak lain. Teori sinyal ini bisa meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang dan hal tersebut bisa menjadi sumber informasi bagi para pemegang saham yang akan disebarkan oleh manajemen perusahaan itu sendiri.

Jenis informasi yang akan didapat oleh pemegang saham salah satunya yaitu laporan tahunan perusahaan. Informasi yang berada di laporan tahunan terdapat laporan keuangan dan informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Informasi yang ada pada laporan tahunan bersifat relevan dan sangat penting untuk pihak dalam maupun pihak luar Aprianti *et al.* (2022).

Menurut Sudarno (2022, p. 7) Informasi mengenai kondisi suatu perusahaan dan mengenai keuangan yang diterima oleh para investor akan diolah dan diinterpretasikan menjadi kabar baik (*good news*) atau kabar buruk (*bad news*). Jika diketahui bahwa informasi tersebut baik, perdagangan pada saham perusahaan menjadi meningkat. Sebaliknya, jika informasi tersebut buruk, maka perdagangan saham perusahaan akan menurun. Maka dari itu, pihak internal dalam manajemen perusahaan memberikan sinyal berupa laporan keuangan kepada pihak eksternal atau pun investor. Informasi yang diberikan pihak manajemen perusahaan sangat penting karena akan menjadi keputusan bagi pihak investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Penelitian ini menjelaskan mengenai manajemen perusahaan yang memberikan sinyal berupa informasi profitabilitas, likuiditas, dan leverage sebagai acuan bagi para pemegang saham. Tujuan dari teori ini untuk mempengaruhi keputusan para pemegang saham untuk berinvestasi sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan kedepannya.

Menurut Sudarno (2022, p. 7) menyatakan teori sinyal berhubungan dengan profitabilitas. Jika profitabilitas memiliki angka yang meningkat maka akan berpengaruh terhadap sinyal yang baik bagi para pemegang saham, karena akan menginterpretasikan bahwa keuangan perusahaan tersebut baik, tidak hanya itu investor akan menanamkan modalnya kepada perusahaan sehingga nilai investasi akan naik.

Menurut Sudarno (2022, p. 8) menyatakan teori sinyal berhubungan dengan likuiditas, semakin meningkat kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendeknya maka investor akan mendapatkan sinyal yang baik dari perusahaan. Hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan mampu menuntaskan masalah utangnya.

### **2.1.2. Profitabilitas**

Menurut Yanti *et al.* (2019) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan modal dari perusahaan itu sendiri. Dalam meningkatkan keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaan saling berhubungan dengan para pemegang saham dalam meningkatkan kesejahteraannya. Maka dari itu, hal ini sangat bergantung terhadap kelangsungan hidup perusahaan agar perusahaan mampu meningkatkan saham perusahaannya supaya terlihat baik di mata para pemegang saham, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan perusahaan akan lebih baik. Investor yang menginvestasikan sahamnya pada suatu perusahaan tentunya memiliki tujuan yaitu mendapatkan *return*, di mana semakin meningkat keuntungan dalam perusahaan maka semakin meningkat pula *return* yang diinginkan investor dan hal ini berakibat pada nilai perusahaan yang meningkat. Artinya, kinerja

perusahaan akan dinilai baik oleh investor ketika perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang baik.

Menurut Kasmir (2019, p. 199) rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat yang berguna untuk pihak pemilik usaha dan juga luar perusahaan. Tujuan dari rasio profitabilitas ini yaitu:

- a. Untuk mengukur dan menghitung keuntungan perusahaan dalam rentan waktu satu periode
- b. Untuk membandingkan laba perusahaan dari tahun sekarang dengan tahun sebelumnya
- c. Untuk melihat perkembangan laba dari tahun ke tahun
- d. Untuk melihat berapa besar laba bersih sebelum pajak dengan modal

Manfaat dari rasio profitabilitas yaitu:

- a. Memahami besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- b. Membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Memahami perkembangan laba dari tahun ke tahun
- d. Memahami besarnya laba bersih sesudah dan sebelum pajak

Rasio profitabilitas yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA). Rasio ini untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan total harta yang ada setelah biaya-biaya modal Jufrizen *et al*, (2020). Rasio ini dihitung dengan cara membandingkan laba bersih dengan total aset perusahaan. Menurut Brigham (2019, p. 119) menyatakan semakin meningkat nilai dari rasio ROA, maka semakin baik. Artinya, perusahaan mampu untuk menggunakan aset yang ada untuk mendapatkan laba setinggi-tingginya. Menurut Thian (2022, p.111) menyatakan bahwa semakin meningkat pengembalian atas aset berarti semakin meningkat laba bersih dari total aset, sedangkan semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah laba bersih dari total aset.

### 2.1.3. Likuiditas

Menurut Sukumulja (2022, p. 130) menyatakan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dalam jangka waktu pendek atau seberapa cepat perusahaan mengkonversi asetnya menjadi kas. Bagi pihak kreditur rasio ini dianggap penting karena rasio ini menunjukkan rasio kredit jangka pendek dan menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan aset jangka pendek.

Menurut Kasmir (2019, p. 129) menyatakan bahwa ketika perusahaan mengalami kekurangan atau ketidakmampuan dalam membayar kewajibannya maka penyebab dari hal tersebut berada pada kelalaian manajemen perusahaan dalam menjalankan usahanya, lalu penyebab selanjutnya yaitu karena manajemen perusahaan tidak menghitung berapa rasio keuangan yang diberikan sehingga perusahaan tidak mengetahui bahwa nilai hutangnya lebih tinggi daripada harta lancarnya.

*Current Ratio* (CR) merupakan salah satu dari rasio likuiditas yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Febriani, *et al.* (2020) menyatakan bahwa *Current Ratio* (CR) sebagai rasio keuangan yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo dan untuk mengukurnya menggunakan total dari aset perusahaan yang dikategorikan aset lancar. Oleh sebab itu, untuk cara menghitung rasio ini dengan membandingkan total aset lancar perusahaan dengan total kewajiban lancar. Menurut Thian (2022, p. 115) menyatakan bahwa aset lancar merupakan kas dan aset lainnya yang akan dapat diubah menjadi kas, dijual, atau dikonsumsi dalam waktu satu tahun. Kewajiban lancar adalah kewajiban yang akan dibayar dengan aset lancar lainnya dan dalam jangka satu tahun harus dilunasi.

Menurut Thian (p. 56) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki CR di bawah 2,0 menggambarkan bahwa perusahaan memiliki masalah dalam likuiditas, sedangkan perusahaan yang sukses memiliki CR kurang dari 1,0.

### 2.1.4. Leverage

Menurut Astuti (2021, p. 81) menyatakan bahwa rasio *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh utangnya baik jangka panjang

maupun jangka pendek. Nilai rasio ini bergantung pada besar kecilnya utang yang ada pada perusahaan disamping aset yang dimilikinya. Apabila dalam perhitungan rasio ini terjadi kerugian maka perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, namun perusahaan mempunyai peluang dalam menghasilkan laba rendah.

*Financial leverage* menggambarkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang menggunakan modal sendiri berarti perusahaan yang tidak memiliki *leverage*. Dalam penggunaan utang perusahaan terdapat 3 dimensi (1) Pemberi pinjaman berfokus pada jumlah keamanan untuk pinjaman yang diberikan; (2) Jika bisnis menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari biaya tetapnya, keuntungan pedagang meningkat dan (3) dengan menggunakan utang maka pemilik mempunyai dana dan tidak kehilangan kendali atas perusahaan Febriani *et al.* (2020).

Rasio *leverage* dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Suryadharma (2022, p. 141) menyatakan bahwa Rasio ini untuk mengukur utang jangka panjang suatu perusahaan dan modal dari perusahaan sendiri. *Debt to Equity Ratio* (DER) berguna ketika ingin mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dan pemilik perusahaan. Jika utang perusahaan lebih besar daripada modal sendiri maka beban dari perusahaan terlalu tinggi, sebaliknya jika posisi utang perusahaan semakin kecil terhadap modal maka perusahaan bisa dikatakan aman.

#### **2.1.5. Nilai Perusahaan**

Menurut Toni (2021, p. 15) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar pembeli di pasar modal khususnya harga saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu pencapaian yang sesuai dengan keinginan pemilik, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan pemilik juga meningkat. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang dicapai perusahaan sebagai bukti kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses operasional sejak berdirinya perusahaan hingga saat ini Satrika, *et al* (2019). Menurut Mudjijah, *et al* (2019) menyatakan bahwa dalam mengambil keputusan keuangan, manajer keuangan harus membuat keputusan yang tepat dalam kebijakan ekonomi. Dengan

mengambil keputusan yang tepat maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga kesejahteraan para pemegang saham juga meningkat.

Menurut Jufrizen, *et al.* (2020) nilai perusahaan merupakan indikator penilaian pasar perusahaan secara keseluruhan karena dengan nilai yang tinggi menjadikan kemakmuran bagi pemegang saham. Menurut Indrarini (2019, p. 15) nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham dan pengukurannya dapat dilihat melalui harga saham di bursa, jika harga saham tinggi berarti nilai dari perusahaan akan meningkat. Meningkatnya harga saham menggambarkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan baik, sehingga masyarakat membayar lebih tinggi, hal ini akan mendapatkan *return* yang meningkat.

Nilai perusahaan dapat menjelaskan kondisi suatu perusahaan. Investor yang berinvestasi di pasar saham untuk memiliki jangka waktu yang panjang. Nilai perusahaan merupakan bagaimana pasar menilai perusahaan dengan cara komprehensif. Masyarakat menilai bahwa perusahaan baik ketika perusahaan tersebut mengalami kenaikan harga saham, hal ini dikarenakan harapan masyarakat ingin membayar lebih tinggi dan mendapatkan *return* yang sebanding. Jika nilai perusahaan meningkat maka kesejahteraan para pemegang saham akan meningkat pula. Menurut Sudana (2019, p. 27) menyatakan bahwa terdapat berbagai rasio untuk menilai saham perusahaan yang sudah *go public*, yaitu:

#### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio ini mengukur mengenai bagaimana investor menilai suatu perusahaan di masa yang akan datang, dan dilihat dari harga saham yang akan dibeli oleh para investor untuk setiap laba yang diperoleh perusahaan. Semakin meningkat rasio PER maka investor memiliki ekspektasi yang baik terhadap perkembangan perusahaan untuk jangka waktu yang akan datang, sehingga investor bersedia untuk membayar dengan harga saham yang mahal. Untuk cara menghitung dari rasio ini yaitu:

$$\text{PER} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

#### 2. *Dividend Yield*

Rasio ini mengukur mengenai seberapa besar dividen menghasilkan investasi pada saham. Semakin meningkat rasio *Dividend Yield* maka semakin besar

dividen yang dihasilkan dengan investasi pada saham. Cara untuk menghitung rasio ini yaitu:

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Market Price per Share}}$$

### 3. *Dividend Payout Ratio (DPR)*

Rasio ini mengukur mengenai laba bersih setelah pajak yang akan dibayarkan sebagai dividen kepada investor. Semakin meningkat DPR maka semakin kecil laba yang ditahan oleh perusahaan untuk membiayai investasi. Cara untuk menghitung rasio ini yaitu:

$$\text{DPR} = \frac{\text{Dividend}}{\text{Earning after Taxes}}$$

### 4. *Price to Book Value (PBV)*

Rasio ini mengukur mengenai nilai pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi perusahaan sebagai *growing concern*. Nilai buku saham menggambarkan nilai historis dari aktiva perusahaan. Perusahaan yang baik dan berkegiatan secara efisien akan memiliki nilai pasar yang tinggi daripada nilai buku. Cara untuk menghitung rasio ini yaitu:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value}}$$

Nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*. Rasio ini merupakan hasil perbandingan antara harga saham dan nilai buku per saham. PBV merupakan pengukuran yang digunakan untuk menunjukkan apakah saham dinilai tinggi atau rendah. *Price Book Value (PBV)* menggambarkan seberapa tinggi nilai pasar terhadap nilai saham perusahaan Rajagukguk *et al.* (2022).

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Ratnasari, *et al.* (2021) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan mengambil sampel sebanyak 12 perusahaan dan mengambil tahun periode 2016-2019. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis linear berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan,

likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Muharramah, *et al.* (2021) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan populasi pada penelitian ini yaitu sektor *property, real estate*, dan konstruksi periode 2016 – 2019. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian ini yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Astuti, *et al.* (2019) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis jalur serta uji sobel. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 6 perusahaan manufaktur dan periode yang diambil tahun 2013-2017. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis keempat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Yanti, *et al.* (2019) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan populasi perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2017. Hasil dari penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Putra, *et al.* (2021) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linear berganda. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga perusahaan dengan dua subsektor yaitu subsektor farmasi dan subsektor *properti & real estate* periode yang diambil tahun 2016-2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor farmasi, sedangkan pada perusahaan subsektor properti profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, selanjutnya, hasil empiris menunjukkan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor farmasi, sedangkan pada perusahaan properti tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

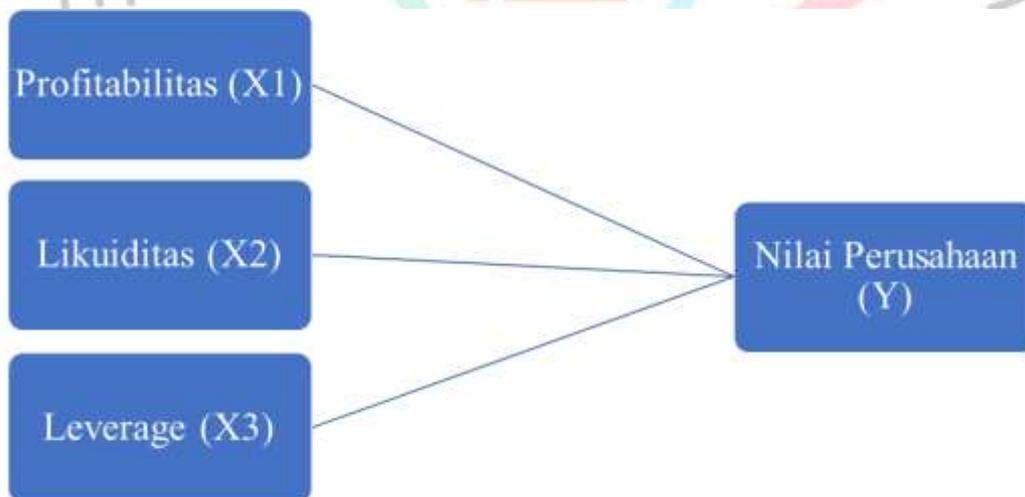
Octaviany, *et al.* (2019) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif dengan menggunakan model analisis jalur. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan kepustakaan dan manual. Populasi pada penelitian ini sebanyak 40 perusahaan *food and beverage* periode tahun 2013 – 2017 dan sampel yang diambil hanya 18 perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kolamban, *et al.* (2020) melakukan penelitian berjudul “Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linear berganda. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 8 perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014 – 2017, pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Herawan, *et al.* (2021) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data panel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI selama 3 periode dari tahun 2016-2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh terhadap negatif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

### 2.3. Kerangka Berpikir

Menurut Sudaryana (2022, p. 21) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan hubungan antar 2 variabel (variabel independen dan variabel dependen) yang akan disusun dari berbagai teori yang telah dijelaskan. Kerangka berpikir dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Dari kerangka berpikir di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tiga variabel bebas yaitu, variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*. Pada penelitian Tanjung, *et al.* (2021) profitabilitas, likuiditas dan

*leverage* telah dibuktikan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Herawan, *et al.* (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **2.4. Hipotesis**

### **2.4.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Detama, *et al.* (2021) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama masa tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tersebut. Semakin meningkat pertumbuhan profitabilitas menunjukkan prospek suatu perusahaan di masa depan dapat semakin baik.

Menurut Toni (2021, p. 3) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan suatu nilai perusahaan terdapat pada profitabilitas. Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya harus berada dalam kondisi yang untung, jika tidak ada keuntungan maka perusahaan tidak dapat menarik modal dari luar. Semakin meningkat profitabilitas yang terdapat pada laporan laba rugi suatu perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan karena kemakmuran pemegang saham terdapat pada saham perusahaan tersebut.

Menurut Sudarno (2022, p. 7) menyatakan teori sinyal berhubungan dengan profitabilitas. Jika profitabilitas memiliki angka yang meningkat maka akan berpengaruh terhadap sinyal yang baik bagi para pemegang saham, karena akan menginterpretasikan bahwa keuangan perusahaan tersebut baik, tidak hanya itu investor akan menanamkan modalnya kepada perusahaan sehingga nilai investasi akan naik.

Menurut Dewi, *et al.* (2019) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menciptakan keuntungan. Kemampuan mendapatkan keuntungan dapat diukur dari seluruh dana yang dimiliki perusahaan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khasana, *et al.* (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

#### **2.4.2. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Sukarya, *et al.* (2019) likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajiban yang harus diselesaikan. Jika likuiditas meningkat menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik dan dianggap mampu untuk melunasi kewajibannya dalam waktu jangka pendek. Jika harga dari suatu perusahaan naik maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai suatu perusahaan.

Menurut Sudarno (2022, p. 8) menyatakan teori sinyal berhubungan dengan likuiditas, semakin meningkat kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendeknya maka investor akan mendapatkan sinyal yang baik dari perusahaan. Hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan mampu menuntaskan masalah utangnya.

Menurut Kasmir (2019, p. 129) menyatakan bahwa ketika perusahaan mengalami kekurangan atau ketidakmampuan dalam membayar kewajibannya maka penyebab dari hal tersebut berada pada kelalaian manajemen perusahaan dalam menjalankan usahanya, lalu penyebab selanjutnya yaitu karena manajemen perusahaan tidak menghitung berapa rasio keuangan yang diberikan sehingga perusahaan tidak mengetahui bahwa nilai hutangnya lebih tinggi daripada harta lancarnya.

Menurut Novyanny, *et al.* (2019) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan dalam membiayai aktivitas perusahaan dan membayar kewajiban jangka pendeknya menggunakan modal perusahaan yang likuid.

Penelitian yang dilakukan oleh Detama, *et al.* (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sukarya, *et al.* (2019), Iman, *et al.* (2021), dan Tanjung, *et al.* (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **H2: Likuiditas Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

#### **2.4.3. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Samiun, *et al.* (2022) *Leverage* merupakan rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya baik jangka panjang

maupun jangka pendek. Semakin rendah tingkat *leverage* maka semakin meningkat nilai perusahaan.

Menurut Astuti (2021, p. 81) menyatakan bahwa rasio *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh utangnya baik jangka panjang maupun jangka pendek. Nilai rasio ini bergantung pada besar kecilnya utang yang ada pada perusahaan disamping aset yang dimilikinya. Apabila dalam perhitungan rasio ini terjadi kerugian maka perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, namun perusahaan mempunyai peluang dalam menghasilkan laba rendah. (Toni N. &, 2021) (Sudaryana, 2022).

*Financial leverage* menggambarkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang menggunakan modal sendiri berarti perusahaan yang tidak memiliki *leverage*. Dalam penggunaan utang perusahaan terdapat 3 dimensi (1) Pemberi pinjaman berfokus pada jumlah keamanan untuk pinjaman yang diberikan; (2) Jika bisnis menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari biaya tetapnya, keuntungan pedagang meningkat dan (3) dengan menggunakan utang maka pemilik mempunyai dana dan tidak kehilangan kendali atas perusahaan Febriani, *et al.* (2020).

Menurut Oktaviarni, *et al.* (2019) menyatakan bahwa *leverage* terdapat dua jenis yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*. *Operating leverage* timbul pada saat perusahaan memakai biaya tetap pada produksi dengan melihat jumlah biaya tersebut dari biaya variabel untuk mendapatkan mutu pada *output*. Bisnis dengan *operating leverage* yang tinggi didefinisikan sebuah bisnis dengan biaya tetap yang tinggi. *Financial leverage* merupakan penggunaan dana untuk perusahaan dalam pengembalian perjanjian untuk melunasi *return* tetap atas pemakaian dana utang atau saham preferen dari keuangan yang mempunyai beban tetap.

Penelitian yang dilakukan oleh Herawan, *et al.* (2021) *leverage* berpengaruh terhadap *nilai* perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Rajagukguk, *et al.* (2022), Ndruru, *et al.* (2020), dan Ramadhan, *et al.* (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **H3: *Leverage* Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**