

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Signalling Theory (Teori Sinyal)

Teori Sinyal (*Signalling Theory*) menurut Spence (1973) menjelaskan bahwa isyarat atau sinyal menunjukkan bahwa pihak pengirim (pelapor) berusaha memberikan informasi yang relevan dan dibutuhkan oleh pihak penerima, di gunakan oleh pihak penerima, kemudian penerima memberi tanggapan sesuai sinyal yang diterima. Seperti halnya manajemen berupaya untuk menyampaikan sinyal positif kepada para investor menggunakan laporan keuangan dengan tujuan memberikan informasi tentang pertumbuhan laba yang positif dan stabil.

Menurut Brigham dan Houston (2011), isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk menunjukkan kepada investor bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi tentang apa yang telah dilakukan manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Informasi yang dipublikasikan perusahaan menjadi penting karena mempengaruhi keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi ini penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi tersebut hakikatnya memberikan informasi catatan atau gambaran kondisi masa lalu, sekarang, dan masa depan dari aktivitas perusahaan dan dampaknya terhadap perusahaan.

Teori ini menganggap bahwa setiap keputusan keuangan merupakan sinyal yang disampaikan oleh manajer kepada investor untuk mengurangi ketimpangan informasi (Yusuf et al., 2023). Teori signaling juga menyoroti betapa pentingnya informasi yang disampaikan oleh perusahaan dalam membantu para investor dalam pengambilan keputusan investasi (Putri & Ramadan, 2020).

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Kasmir (2019 : 114) menyatakan, bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya (Fahmi, 2011:135).

Harahap (2010 : 305) menyatakan, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/ return on assets*) maupun modal sendiri (*return on equity*) inti dari dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan.

Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam suatu periode tertentu, dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri untuk menunjukkan efisiensi perusahaan.

Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan maka semakin baik juga perusahaan tersebut dipandang oleh investor.

2.1.2.2 Manfaat Profitabilitas

Adapun manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan periode sebelumnya dengan periode sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari setiap periodenya;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;

2.1.2.3 Pengukuran Profitabilitas

Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktik untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba Hery (2019:193):

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin atau margin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin atau marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

3. *Operating Ratio Margin* (OPM)

Operating Profit Margin atau marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional:

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan bersih}}$$

4. *Return On Asset* (ROA)

Return on Assets atau hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

ROA dinyatakan dalam rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

5. *Return On Equity* (ROE)

Return on Equity atau hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. ROE dinyatakan dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Dibawah ini merupakan tabel penilaian tingkat kesehatan perbankan berdasarkan *return on equity*.

Tabel 2.1

Kriteria Penilaian *Return On Equity*

Kriteria	Penilaian
ROE > 15%	Sangat Sehat
12,5% ≤ ROE ≤ 15%	Sehat
5% < ROE ≤ 12,5%	Cukup Sehat
0% < ROE ≤ 5%	Kurang Sehat
ROE ≤ 0%	Tidak Sehat

Sumber data : Lampiran Surat Edaran BI No.9/24/PDbs/2007

Dalam penelitian ini penulis menggunakan indikator *Return On Equity* (ROE) karena ROE merupakan tolak ukur dari kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang dilihat dari ekuitas yang dimiliki, para investor menilai posisi ROE sangat berpengaruh pada jumlah *dividen* ataupun *return* yang akan memberi saham maka investor tertarik dengan ukuran profitabilitas ini.

2.1.3 *Leverage*

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Menurut Kasmir (2019 : 112) rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan bila dibandingkan dengan asetnya. Dari rasio ini dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan di likuidasi.

Menurut Fahmi (2011 : 62) rasio *leverage* merupakan untuk menilai seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk ke dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dala tingkat utang yang sangat tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

Menurut Harahap (2013:115) Rasio *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Menurut penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa rasio *laverage* adalah rasio yang menilai sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang dan menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal karena apabila utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena masuk kategori *extreme leverage*.

Rasio solvabilitas atau rasio leverage ini sangat membantu manajemen maupun investor untuk memahami bagaimana tingkat risiko struktur modal pada perusahaannya.

2.1.3.2 Manfaat *Leverage*

Adapun manfaat *Leverage* adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui posisi total kewajiban perusahaan kepada kreditor khususnya jika dibandingkan dengan jumlah asset atau modal yang dimiliki perusahaan.
2. Untuk mengetahui posisi kewajiban jangka panjang perusahaan terhadap modal yang dimiliki perusahaan.
3. Untuk menilai kemampuan asset perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban, termasuk kewajiban yang bersifat tetap, seperti pembayaran angsuran pokok pinjaman beserta bunganya secara berkala.
4. Untuk menilai seberapa besar asset perusahaan yang dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar asset perusahaan yang dibiayai oleh modal.
6. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang terhadap pembiayaan asset perusahaan.
7. Untuk menilai seberapa besar pengaruh modal terhadap pembiayaan asset perusahaan.
8. Untuk menilai sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan (yang diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak) dalam membayar bunga pinjaman.

9. Untuk menilai sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan (yang diukur dari jumlah laba operasional) dalam melunasi seluruh kewajiban

2.1.3.3 Pengukuran *Leverage*

.Menurut Kasmir (2019:53) ada 5 rasio yang bisa digunakan untuk mengukur *leverage* perusahaan yaitu:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

DAR merupakan rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan aktiva. Artinya seberapa besar aktiva dibiayai oleh utang atau seberapa banyak jumlah utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. DAR dihitung dengan rumus:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui total dana yang disediakan peminjam (kreditor) kepada pemilik perusahaan dan berfungsi untuk mengetahui setiap modal sendiri yang dijadikan pertanggungjawaban utang. DER dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal sendiri}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuan dari *Long term debt to equity ratio* adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang ada didalam perusahaan. LTDtER dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Hutang jangka panjang}}{\text{Ekuitas}}$$

4. *Time Interest Earned Ratio*

Time Interest Earned Ratio merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak membayar bunga maka akan menghilangkan kepercayaan dan kemungkinan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. *Times Interest Earned Ratio* dapat diukur menggunakan rumus berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya bunga}}$$

5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

Fixed Charge Coverage merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio* hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa asset berdasarkan kontrak sewa. Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa

tahunan atau jangka panjang. Fixed Charge Coverage dapat diukur menggunakan rumus:

$$\text{FCC} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan indikator *Debt Equity ratio* (DER) sebagai alat ukur *Leverage* terhadap Nilai Persahaan karena rasio DER menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya dan berapa besar bagian dari aset tersebut yang didanai oleh utang.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset pada umumnya disebabkan karena anggapan manajer bahwa perusahaan yang dimiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relative stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga kebijakan-kebijakan perusahaan akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek cash flow dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator, akan berdampak terhadap besarnya pajak yang diterima dan efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana yang dikelompokan besar kecilnya perusahaan diukur dengan jumlah aktiva, jumlah penjualan, dan

nilai saham. Ukuran Perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba. Semakin besar ukuran perusahaan, maka diperoleh kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba yang tinggi karena didukung oleh asset yang besar sehingga terjadi suatu kendala akan dapat teratasi (Putu Ayu Widiastari dan Gerianta Wirawan Yasa, 2018).

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston, 2015:4).

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dengan total aset/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset (Hartono, 2015:254).

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala atau suatu ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total asset, total penjualan, total ekuitas, dan total laba perusahaan tersebut.

2.1.4.2 Jenis-jenis Ukuran Perusahaan

Menurut Undang-undang No.20 Tahun 2008 ukuran perusahaan dibagi 4 kategori yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha Besar

Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.4.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016):

“Ukuran Perusahaan dapat dinyatakan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat 3 variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan.”

Size = Total Aset

Ukuran Perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset. Skala pengukurannya adalah skala rasio (Taliyang dan Lina, 2013). Pengukuran variabel ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran perusahaan = Total aset

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aset yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan total aset sebagai pengukuran ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor atas pencapaian manajer dalam mengendalikan sumber daya perusahaan yang didelegasikan kepadanya, dan kerap dikaitkan dengan nilai saham (Silvia Indriani, 2019:2).

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses beberapa tahun, yaitu dimulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017:5).

Nilai Perusahaan merupakan tolak ukur kinerja perusahaan yang digunakan pemegang saham untuk mempertimbangkan strategi investasi, nilai perusahaan juga dapat digambarkan dengan banyaknya beban yang akan ditanggung oleh para pemegang saham ketika akan menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut (Frillia dan Khuzaini, 2019).

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan merupakan tolak ukur kinerja perusahaan yang digunakan pemegang saham atau investor untuk mempertimbangkan strategi investasi, yang dilihat dari total nilai aset yang dimiliki berupa surat berharga yang beredar hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi kemakmuran pemegang saham.

2.1.5.2 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Silvia Indriani (2019 : 15) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio nilai penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian adalah ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari dari:

2. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio PER merupakan harga yang bisa dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut Buddy Setianto dalam bukunya tahun 2016, PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

3. *Price Book Value* (PBV)

PBV merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham (Hery, 2016:145).

PBV dirumuskan sebagai berikut:

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

4. *Tobin's Q*

Tobin's Q merupakan nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai pengganti asset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan

dengan *Tobin's Q* tinggi atau $q > 1,00$ membuktikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan membuktikan manajemen dinilai baik dengan aset-aset dibawah pengelolaannya. Dalam praktiknya rasio *Q* sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Farah Margaretha, 2014:20)

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan menggunakan pengukuran *Price Book to Value* (PBV) yang mempresentasikan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham perusahaan. Rasio PBV ini salah satu variable yang menjadi pertimbangan seorang investor dalam menentukan saham yang akan dibeli. Rasio ini memiliki keunggulan diantaranya dapat membandingkan antar perusahaan sejenis untuk menghitung harga suatu saham dan nilai buku sangatlah sederhana yang memiliki ukuran stabil yang dapat dibandingkan dengan harga pasar.

2.1.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan

Ketatnya persaingan antar perusahaan yang memiliki sektor serupa mengakibatkan munculnya dinamika bisnis perusahaan yang tidak sama, hal ini menjadikan perusahaan membutuhkan suntikan dana yang lebih untuk meningkatkan usahanya agar bisa lebih dari perusahaan yang memiliki sektor serupa. Dalam hal ini, tentunya investor dibutuhkan untuk meningkatkan atau mengembangkan dana yang telah dialokasikan untuk pertumbuhan usaha. Penilaian investor terhadap sebuah perusahaan tentunya dibutuhkan untuk mengetahui layak atau tidaknya perusahaan tersebut ditambahkan dananya. Nilai

perusahaan yang baik tentunya akan diincar oleh investor untuk penanaman modal usaha. Ada dua faktor yang mempengaruhi perkembangan nilai perusahaan yaitu, faktor internal yang mempengaruhinya yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, pajak, rasio keuangan (Suffah dan Riduwan, 2016). Sedangkan dari faktor eksternal berpengaruh terhadap kemajuan nilai perusahaan yaitu naik turunnya harga valuta asing serta kondisi Bursa Efek Indonesia (Rachmawati,2002).

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil referensi dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan. Untuk mempermudah hasil penelitian. Adapun penelitian-penelitian yang dijadikan rujukan adalah sebagai berikut.

1. Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2015) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran

Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Leverage secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Aniela Nurmindia, Deannes Isyuardhana, dan Annisa Nurbaiti (2017) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, *Leverage* dan Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Nawang Kabuana, Utari Juniar, dan Amrizal (2017) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perbankan Dengan Periode 2011- 2015”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas dan size secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara, *Leverage* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Eva Selviana Kurniawati, Kartika Hendra Titisari, dan Siti Nurlaela (2018) mengenai “ Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2016)”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sementara, Leverage dan Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

6. Adelia Nabila Barnades dan Heru Supriyadi (2020) mengenai “ Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* di BEI periode 2014-2018”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan . Sementara *Leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto(2020) mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2018”. Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8. Dea V. Kolamban, Sri Murni, dan Dedy N.Baramuli (2020) mengenai “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017”. Hasil menunjukkan *Leverage* Berpengaruh Signifikan Negatif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

9. Sulita Tiasrini dan Sri Utiyati (2020) mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018”. Hasil menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan *Leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.
10. Maria Stevania Nini Soge dan Ignatius Oki Dewa Brata (2020) mengenai “Pengaruh Profitabilits, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
11. Rafi Dima Putra dan Rilla Gantino (2021) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor farmasi dan perusahaan Property & estate yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode tahun 2016-2019”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
12. Ni Nyoman Ayu Suryandari, Anak Agung Putu Gede Bagus Arie Susandya, dan I Gede Wisnu Eka Wijaya (2021) mengenai “ Faktor Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran

Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara, Kebijakan Hutang, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

13. Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, Dan Riana Rachmawati Dewi (2021) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran perusahaan, dan kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada profitabilitas, leverage dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
14. Felicia Herawan dan Sofia Prima Dewi (2021) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara, Leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
15. Muhamad Thamrin dan Nike Jasriana (2022) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Penerapan Manajemen Risiko Enterprise Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bidang Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Manajemen risiko

Enterprise berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

16. Firda Nurlaila (2022) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan Sub Sektor Food and Beverages di BEI periode 2016-2020”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sementara, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
17. Alifian Aditya Lutfi Haryono dan Henny Setyo Lestari (2022) mengenai “Pengaruh *enterprise risk management*, profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Enterprise risk management* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *leverage* dan Umur perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.
18. Syaiful Bahri (2022) mengenai “ Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2020”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
19. Ricky Harianto dan Ai Hendrani (2022) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, *Leverage* tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

20. Levina Clarinda, Liana Susanto, dan Syanti Dewi (2023) mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan rujukan penelitian terdahulu, maka untuk melihat orisinalitas penelitian, disajikan tabel 2.1 disertai persamaan dan perbedaan dengan rencana penelitian penulis.

Tabel 2.2

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Penulis

No	Peneliti, Tahun, Tempat penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2015) “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen 	<ul style="list-style-type: none"> Alat analisis: Analisis regresi berganda 	Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara,	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. 4.4 (2015)

	Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2009-2011”	Nilai Perusahaan		Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	
2.	I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan. • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Regresi Linear Berganda 	Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Leverage secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7, 2016: 4394 - 4422
3	Aniela Nurmindia, Deannes Isyuardhan a,dan Annisa Nurbaiti	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variabel 		Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	e-Proceeding of Management : Vol.4, No. (2017). ISSN :

	(2017)	Dependen: Nilai Perusahaan	• Alat analisis: Analisis regresi data panel	Sementara, <i>Leverage</i> dan Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	2355-9357
	“Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015.”				
4	Nawang Kabwana, Utari Juniar, dan Amrizal (2017)	• Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Size Terhadap	• Teknik analisis: Kualitatif	Profitabilitas dan size secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara, <i>Leverage</i> secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggula ngan Korupsi.(20 17). ISSN 2460-0784
	“Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perbankan Dengan Periode 2011- 2015”	• Variabel Dependen: Nilai Perusahaan			
5	Eva Selviana Kurniawati, Kartika Hendra Titisari, dan Siti Nurlaela (2018)	• Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i>	• Alat analisis: Regresi Linear berganda	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara, <i>Leverage</i> dan Ukuran	Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 14 No. 3 (2018) ISSN: 380 –
		• Variabel Dependen:			

	“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2016).”	Nilai Perusahaan		perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	391
6	Adeliana Nabila Barnadesdan Heru Suprihhadi (2020) “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI periode 2014-2018.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Likuiditas • Alat analisis: Analisis Regresi Linear Berganda 	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan . Sementara <i>Leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 9, Nomor 6, (2020). e-ISSN: 2461-0593
7	Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto(2020) “Pengaruh Coorporate Social Responsibility , Profitabilitas,	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Proftabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> • Alat analisis: Analisis regresi linier 	<i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Leverage</i> dan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 9, Nomer 11, (2020). e-ISSN: 2460-0585

	Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2018.”		berganda	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	
8	Dea V. Kolamban, Sri Murni, dan Dedy N. Baramuli (2020) “Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Leverage</i>, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Analisis regresi linier berganda 	Leverage Berpengaruh Signifikan Negatif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.	Jurnal EMBA Vol.8 No.3 Juli (2020). ISSN 2303-1174
9	Sulita Tiasrini dan Sri Utiyati (2020) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan pada	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> • Variabel Dependen: Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Analisis regresi linier berganda 	Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan Leverage	Jurnal Ilmu dan Riset Manajeme. Vol 9, No 1, (2020). e-ISSN: 2461-0593

	Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.”			berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan	
10	<p>Maria Stevania Nini Soqe, dan Ignatius Oki Dewa Brata (2020)</p> <p>“Pengaruh Profitabilits, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan pada 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Analisis regresi linier berganda 	<p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p>	<p>Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi Volume 6 No. 2, September 2020.</p>
11	<p>Rafi Dima Putra dan Rilla Gantino (2021)</p> <p>“Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor farmasi dan perusahaan Property & estate yang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas <i>leverage</i>, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Regresi Linear Berganda 	<p>Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Jurnal Bisnis dan Manajemen , Volume 11 (1), 2021 P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN: 2461-1182</p>

	terdaftar di Bursa efek Indonesia periode tahun 2016-2019.”				
12	Ni Nyoman Ayu Suryandari, Anak Agung Putu Bagus Arie Susandya, dan I Gede Wisnu Eka Wijaya (2021) “Faktor Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, • Alat analisis: Analisis regresi nilai berganda 	Profitabilitas dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sementara, Kebijakan Hutang, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Akses. Vol.13, No.2. (2021). ISSN No. 2085-4544
13.	Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, Dan Riana Rachmawati Dewi (2021) “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan, dan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Kepemilikan manajerial • Alat Analisis: Regresi Linear Berganda 	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada profitabilitas, leverage dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai	FORUM EKONOMI , 23 (1) 2021, 29-38, ISSN Online: 2528-150X

	kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.”			perusahaan	
14	Felicia Herawan dan Sofia Prima Dewi (2021) “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variable Dependen: Nilai 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Likuiditas 	Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara, <i>Leverage</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume 3 No. 1 (2021).
15	Muhamad Thamrin dan Nike Jasriana (2022) “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Penerapan Manajemen Risiko Enterprise Terhadap Nilai	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Penerapan Manajemen risiko enterprise • Alat analisis: Analisis regresi liner 	Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Manajemen risiko Enterprise berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, <i>Leverage</i> berpengaruh	Jurnal Daya Saing (Vol. 8 No. 1 (2022)). e.ISSN: 2541-4356

	Perusahaan Pada Bidang Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018”		berganda	negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	
16	Firda Nurlaila (2022) “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan Sub Sektor Food and Beverages di BEI periode 2016-2020.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Analisis linier berganda 	Profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sementara, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen . Vol 11, No 4, (2022). e-ISSN: 2461-0593
17	Alifian Aditya Lutfi Haryono Dan Henny Setyo Lestari (2022) “Pengaruh enterprise risk management, profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> • Variabel Dependen: Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Enterprise risk management</i>, Umur perusahaan • Alat analisis: Analisis regresi berganda 	<i>Enterprise risk management</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, leverage dan Umur perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol 4, No 9, (2022). E-ISSN : 2622-2205

18	Syaiful Bahri (2022) “Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan ynag terdaftar di BEI periode 2019-2020.”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Likuiditas • Alat analisis: Analisis Regresi Linear Berganda 	Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	MDP STUDENT CONFERENCE (MSC) (2022). ISBN : 978-602-51717-7-2
19	Ricky Harianto , dan Ai Hendrani (2022) “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis: Regresi Linear Berganda 	Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, <i>Leverage</i> tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. Vol. 4 No. 9 April 2022 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN : 2622-2205
20	Levina Clarinda, Liana Susanto, dan Syanti Dewi (2023) “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Struktur modal, Pertumbuhan perusahaan 	Profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, Ukuran perusahaan berpengaruh	Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Vol V No. 1,(2023).

terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.”	negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
---	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Menurut Harmono (2015:50) nilai perusahaan dilihat dari harga saham yang terdapat dipasar menghasilkan penilaian oleh publik terhadap kinerja suatu perusahaan secara ril. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah hal yang penting bagi suatu perusahaan karena memaksimalkan kesejahteraan bagi para pemegang saham dengan mengoptimalkan tingkat *return* atas investasi. Nilai perusahaan memberikan gambaran keadaan perusahaan pada saat ini dan dapat mencerminkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, sehingga nilai perusahaan dipercaya dapat mempengaruhi investor dalam menilai perusahaan (Yanti & Damayanti, 2019).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan PBV (*Price Book Value*) yaitu rasio yang digunakan untuk membandingkan nilai pasar saham suatu perusahaan berdasarkan nilai bukunya. Tingginya rasio PBV akan membuat pasar semakin percaya terhadap perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian

ini, hanya digunakan tiga faktor yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:114) Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Dan rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya (Fahmi, 2011:135). Profitabilitas mempunyai informasi untuk mengetahui seberapa besar tingkat laba yang didapatkan perusahaan dalam periode waktu tertentu dan produktivitas penggunaan dana perusahaan yang digunakan oleh investor maupun calon investor sebagai dasar penentuan keputusan investasi (Pertiwi dan Susanto, 2019). Profitabilitas diukur menggunakan *return on equity* (ROE) yang merupakan laba bersih dibagi dengan total ekuitas rata-rata selama periode tertentu. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi keuntungan perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan maka akan menarik minat investor. *Signalling Theory* mengemukakan bahwa profitabilitas tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Berdasarkan teori tersebut maka profitabilitas yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan. Maka profitabilitas akan memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sebagaimana penelitian ini yang dilakukan oleh Dewi dan Dini (2015), Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016), Aniela Nurmindia dan Deannes

Isyuardhana (2017), Amrizal et al., (2017), Adeliana Nabila Barnades dan Heru Supriyadi (2020), Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto (2020), Maria Stevania Nini Soge, dan Ignatius Oki Dewa Brata (2020), Ni Nyoman Ayu Suryandari (2021), Muhamad Thamrin dan Nike Jasriana (2022), Firda (2022), Alifian A dan Henny (2022), Syaiful Bahri (2022), dan Ricky Harianto dan Ai Hendrani (2022) bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. Kasmir (2017:41) *leverage* yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan *Debt Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas. Semakin tinggi rasio *debt equity ratio* menunjukkan perusahaan memiliki risiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya.

Signalling Teori menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat utang pada perusahaan, resiko yang ditanggung oleh perusahaan semakin besar. Sehingga dapat menjadi sinyal yang buruk bagi investor untuk berinvestasi karena profitabilitas perusahaan akan menurun. Berdasarkan teori tersebut maka *leverage* yang meningkat akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan begitu *leverage* akan memberikan pengaruh yang negative terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ernawati dan Dini Widayawati (2015), Aniela nurminda et al., (2017), Nawang Kabuana et al., (2017), Adeliana dan Heru (2020), Nadia dwi dan Suwardi (2020), Dea V Kolamban et al., (2020),

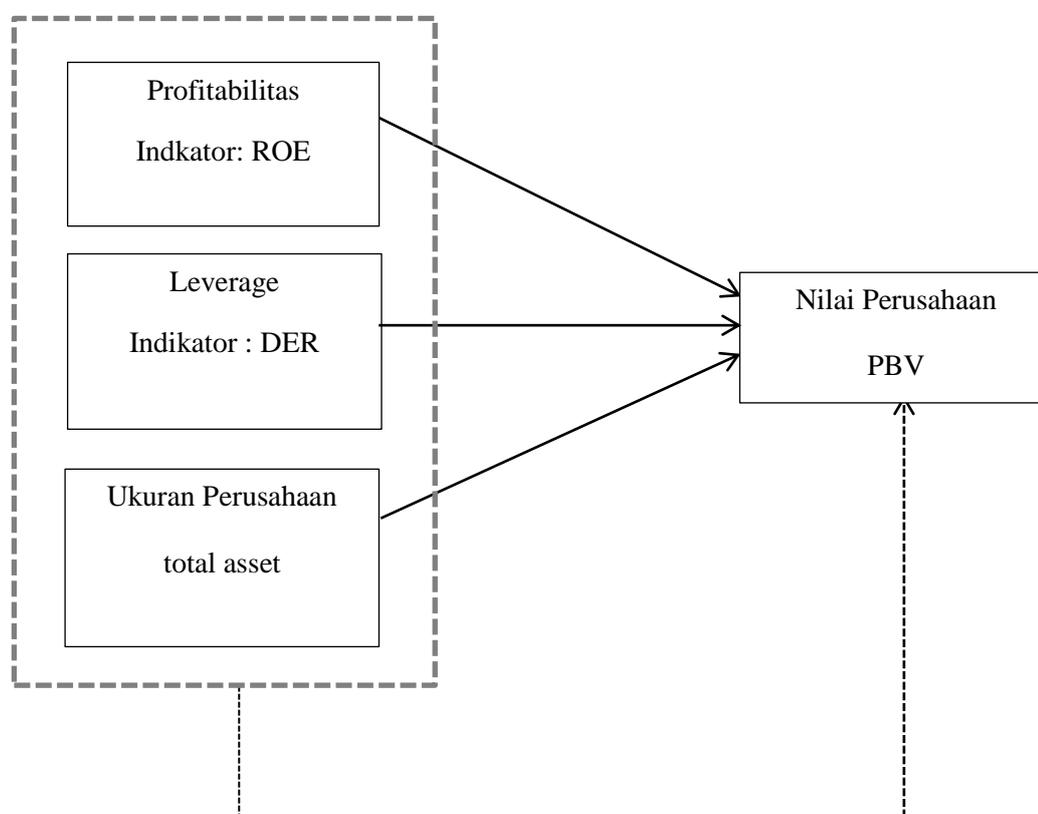
Maria stevany dan Ignatius (2020), Muhammad Thamrin dan Nike Jasriana (2022) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston, 2015:4). Dan ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Putu Ayu dan Gerianta,2018). Skala perusahaan yang besar cenderung lebih mudah memperoleh sumber pendanaan dibandingkan dengan perusahaan skala kecil, semakin banyak pendanaan maka akan mendukung kegiatan operasional perusahaan secara maksimal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan total asset dan skala pengukurannya skala rasio sebagai alat ukur ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Signalling Theory menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin menarik minat investor untu, investasi ke perusahaan besar karena dianggap menguntungkan. Karena keputusan investasi. Pada umumnya ukuran perusahaan berpengaruh pada penilaian investor. Perusahaan dengan skala besar memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi bagi para calon investor dan juga memiliki peluang untuk berkembang lebih tinggi. Dengan demikian,ukuran perusahaan akan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2015), Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016), Amrizal et al., (2017), Eva Selviana et al., (2019), Sulita Tiasrini dan Sri Utiyati (2020) , Maria dan Ignatius

(2020), Ni Nyoman Ayu Suryandari (2021), Ramsa Satria Bagaskarai (2021), Muhamad Thamrin dan Nike Jasriana (2022), Firda (2022), Alfian dan Henny (2022), Syaiful Bahri (2022), dan Ricky dan Ai (2022) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah diuraikan, maka dapat di gambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Keterangan :

- = Secara parsial
 - - - - - = Secara Simultan

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana masih harus dibuktikan kebenarannya, karena jawaban baru berdasarkan teori dan belum didasarkan dengan fakta empiris melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2018:63).

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

H4: Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.