

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Trade off theory*

Trade off theory merupakan teori struktur modal yang menyatakan bahwa perusahaan akan menentukan tingkat utang yang optimal dengan cara menyeimbangkan antara manfaat dan biaya penggunaan utang. Teori ini muncul sebagai respons terhadap kelemahan teori Modigliani dan Miller, yang mengasumsikan tidak adanya pajak dan biaya kebangkrutan.

Menurut (Brigham & Houston, 2019) *Trade off theory* mengemukakan bahwa perusahaan melakukan *trade-off* antara manfaat pajak dari utang (*tax shield*) dengan biaya kebangkrutan dan kesulitan keuangan (*financial distress*) yang timbul akibat penggunaan utang yang berlebihan. Hal tersebut disebabkan oleh pembayaran bunga dengan mengurangi *Earnings Before Interest and Taxes* (EBIT), yang merupakan pendapatan sebelum pajak.

(Brigham & Houston, 2019) menegaskan bahwa penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan kemungkinan kebangkrutan. Biaya kebangkrutan tidak hanya mencakup biaya hukum dan administrasi, tetapi juga biaya tidak langsung seperti hilangnya kepercayaan dari pemasok, pelanggan, karyawan, dan meningkatnya biaya pendanaan. Oleh karena itu, setelah melewati tingkat utang

tertentu, biaya kebangkrutan akan melebihi manfaat pajak dari utang, yang pada akhirnya dapat mengurangi nilai perusahaan.

2.1.2 *Signaling Theory*

Teori Sinyal menjelaskan adanya ketidaksetaraan informasi antara manajemen perusahaan dan investor, di mana manajemen memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kondisi internal, prospek kinerja, dan risiko perusahaan. Situasi ini membuat investor menganggap keputusan keuangan perusahaan sebagai sinyal yang mencerminkan prospek di masa depan. Menurut (Brigham & Houston, 2019) Faktanya, manajer memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan investor eksternal.

Perusahaan dengan prospek yang cerah cenderung tidak mengumpulkan dana melalui penjualan saham, sementara perusahaan dengan masa depan yang kurang baik sering menjual saham baru, yang memicu reaksi dari investor terhadap keputusan tersebut. Hal ini membuat investor lebih berhati-hati terhadap perusahaan yang menerbitkan saham baru. Salah satu cara perusahaan memberikan sinyal adalah melalui laporan keuangan. Dengan penerbitan laporan keuangan, investor dapat memperoleh informasi tentang perusahaan dan mengambil keputusan yang paling tepat terkait perusahaan tersebut.

2.1.3 *Leverage*

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Setiap perusahaan memiliki kebutuhan untuk menjalankan bisnisnya, terutama yang berkaitan dengan aspek keuangan agar operasional tetap berjalan dengan baik. Perusahaan yang sudah *Go Public* biasanya tidak terlepas dari utang, yang dapat digunakan untuk memperluas usahanya. *Leverage* mengindikasikan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang, serta menunjukkan tingkat keamanan bagi para pemberi pinjaman. Ketika sebuah perusahaan menerima pinjaman dari kreditor, kreditor secara otomatis memiliki kepentingan terhadap keamanan dana yang dipinjamkan, yang diharapkan dapat memberikan keuntungan. Selain itu, untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, jika perusahaan dibubarkan, diperlukan perhitungan rasio *leverage*.

Rasio solvabilitas atau rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan besarnya beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimilikinya. Secara umum, rasio solvabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, terutama jika perusahaan harus dilikuidasi atau dibubarkan. (Kasmir, 2019:151). Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin besar pula risiko keuangan yang harus ditanggung perusahaan karena adanya kewajiban pembayaran bunga dan pokok utang secara berkala. Sebaliknya, penggunaan *leverage* yang rendah

menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri dalam membiayai asetnya sehingga risiko keuangan relatif lebih kecil (Brigham & Houston, 2019).

Leverage adalah rasio yang menggambarkan tingkat utang dalam struktur keuangan perusahaan. Menurut (Inrawan, 2024:46) *leverage* merupakan:

“Rasio solvabilitas atau *leverage* adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya.”

Menurut (Astuti et al., 2021:81) rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan:

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi semua liabilitasnya (baik jangka pendek maupun jangka panjang).”

Menurut (Brealey et al., 2023:842) *leverage* merupakan:

“Leverage is the extent to which interest obligations are covered by earnings. Banks prefer to lend to firms whose earnings.”

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang, seperti pembayaran bunga utang, pelunasan pokok utang, dan kewajiban tetap lainnya. Hutang jangka panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban yang jatuh temponya lebih dari satu tahun.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Menurut (Kasmir, 2019:155) tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* antara lain sebagai berikut:

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

Sementara itu menurut (Kasmir, 2019:155) manfaat rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

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

2.1.3.3 Indikator Pengukuran *Leverage*

Dalam rasio *leverage*, terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage*, sebagaimana dijelaskan oleh (Inrawan, 2024:46) dalam bukunya , yaitu:

1. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Utang Terhadap Ekuitas)

Debt to equity ratio mengukur perbandingan antara total utang dan total ekuitas perusahaan. Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai aset dibandingkan dengan modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar ketergantungan pada utang, yang dapat meningkatkan risiko keuangan.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. *Debt to Asset Ratio* (Rasio Utang Terhadap Aset)

Debt ratio mengukur proporsi total utang terhadap total aset perusahaan. Rasio ini mencerminkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar risiko perusahaan terkait ketergantungan pada utang.

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

3. *Equity Ratio* (Rasio Ekuitas)

Equity ratio mengukur proporsi total ekuitas terhadap total aset perusahaan. Rasio ini mencerminkan seberapa banyak aset perusahaan dibiayai oleh

pemegang saham dan seberapa besar risiko yang dihadapi oleh pemegang saham.

$$\text{Equity Ratio} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Aset}}$$

4. *Interest Coverage Ratio* (Rasio Cakupan Bunga)

Interest coverage ratio mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar bunga utang menggunakan laba sebelum bunga dan pajak (EBIT). Rasio ini memberikan gambaran tentang seberapa besar laba operasional yang tersedia untuk menutupi biaya bunga utang.

$$\text{Interest Coverage Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Biaya Bunga atas Perusahaan}}$$

5. *Cash Flow to Debt Ratio*

Cash flow to debt ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utangnya dengan menggunakan arus kas operasional. Rasio ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban utang.

$$\text{Cash Flow to Debt Ratio} = \frac{\text{Arus Kas Operasional}}{\text{Total Utang}}$$

Dari ketiga rasio yang dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur tingkat *leverage*, penulis memilih *Debt to Equity Ratio (DER)* sebagai indikator dalam penelitian ini. Hal ini karena rasio ini sering digunakan oleh analis dan investor untuk menilai seberapa besar utang perusahaan dibandingkan dengan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau pemegang saham.

2.1.3.4 Kriteria Pengukuran *Leverage*

Tabel 2.1
Kriteria DER

Interval	Kriteria
<1	Baik
1	Cukup Baik
≥ 2	Tidak Baik

Sumber: (Kasmir, 2019)

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu karakteristik yang mencerminkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari sumber daya yang dimiliki, terutama total aset, penjualan, dan kapasitas operasi. Dalam literatur manajemen keuangan, ukuran perusahaan sering dihubungkan dengan tingkat risiko, kemampuan dalam memperoleh pendanaan, serta stabilitas kinerja perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasi yang memengaruhi kemudahan memperoleh pendanaan, di mana perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses pasar modal yang lebih luas dan biaya dana yang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini dijelaskan (Brigham & Houston, 2019:32) sebagai berikut:

“Firm size, or the scale of a company’s operations, can have a significant impact on its access to capital markets and the types of financing available to it. Larger firms generally have easier access to capital markets and can obtain funds at lower costs than smaller firms.”

perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah mendapatkan dana dari pasar modal dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini disebabkan oleh reputasi perusahaan besar yang biasanya sudah dikenal luas oleh investor, tingkat transparansi informasi yang lebih baik, dan kewajiban pelaporan yang lebih ketat, sehingga dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor (Sidiki & Aritonang, 2025). Hal tersebut dapat meminimalisir tingkat risiko kebangkrutan yang lebih rendah, dan memiliki diversifikasi usaha yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar juga cenderung lebih stabil karena memiliki basis aset dan pendapatan yang lebih luas, sehingga lebih mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Dengan demikian, ukuran perusahaan berperan penting dalam menentukan kemampuan perusahaan untuk mengakses sumber pendanaan eksternal, khususnya dari pasar modal. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula peluang perusahaan untuk memperoleh pendanaan dengan biaya yang lebih rendah, yang selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk mendukung ekspansi usaha dan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan nilai aset dan omzet usaha.

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih Rp50.000.000,00 (lima puluh paling banyak juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3. Usaha Menengah adalah 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. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
4. Usaha Besar adalah 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. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah)
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.4.3 Indikator Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut penelitian (Sherlyn & Sudirgo, 2025) dalam ukuran perusahaan terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur Ukuran perusahaan

1. Total Aset

Total aset menggambarkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Indikator ini paling sering digunakan karena stabil dan mencerminkan skala ekonomi perusahaan. Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk mengurangi perbedaan ekstrem antar perusahaan.

$$Firm\ Size = \ln(Total\ Aset)$$

2. Total Penjualan

Total penjualan mencerminkan sejauh mana aktivitas operasional dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Indikator ini sangat cocok untuk digunakan dalam penelitian yang fokus pada kinerja operasional.

$$FirmSize = \ln(Total\ Penjualan)$$

Pemilihan total aset sebagai indikator ukuran perusahaan didasarkan pada pertimbangan bahwa total aset mencerminkan keseluruhan sumber daya ekonomi yang dikuasai dan dikendalikan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Semakin besar total aset yang dimiliki, semakin besar pula kapasitas perusahaan dalam menghasilkan pendapatan, memperluas usaha, serta menghadapi risiko bisnis. Selain itu, total aset bersifat relatif stabil dibandingkan indikator lain seperti penjualan atau laba yang lebih fluktuatif, sehingga lebih mampu menggambarkan ukuran perusahaan secara konsisten dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penggunaan total aset dinilai paling representatif dalam mencerminkan skala dan kekuatan ekonomi perusahaan.

2.1.4.4 Kriteria Ukuran Perusahaan

Tabel 2.2
Kriteria Ukuran Perusahaan

Jumlah Aset	Klasifikasi
50.000.000	Mikro
50.000.000-500.000.000	Kecil
500.000.000-10.000.000.000	Menengah
>10.000.000.000	Besar

Sumber: UU No 20 Tahun 2008

2.1.5 Profitabilitas

2.1.5.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas, sebagai salah satu ukuran untuk menilai besarnya laba, sangat penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan operasionalnya secara efisien. Efisiensi suatu usaha dapat diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan aset atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah meraih laba atau keuntungan yang maksimal. Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.

Rasio ini mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan, baik dari aset, modal, maupun aktivitas operasional, sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut, karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara efisien.

Menurut (Kasmir, 2019:198) Profitabilitas merupakan:

“Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan.”

Menurut (Inrawan, 2024:42) Profitabilitas adalah:

“Rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba relatif terhadap penjualan, aset, atau ekuitas selama periode tertentu.”

Sedangkan pengertian profitabilitas menurut (Brigham & Houston, 2019:107) adalah sebagai berikut:

“Profitability ratios, which give an idea of how profitably the firm is operating and utilizing its assets.”

Berdasarkan dari ketiga pengertian profitabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan dan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, baik dari penjualan, aset, maupun ekuitas. Rasio profitabilitas tidak hanya menunjukkan besarnya laba yang diperoleh perusahaan, tetapi juga mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal.

Profitabilitas dalam penelitian ini tidak hanya berperan sebagai variabel independen maupun dependen, tetapi juga dapat berfungsi sebagai variabel mediasi (*intervening*). Sebagai variabel mediasi, profitabilitas menjadi penghubung yang menjelaskan hubungan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel

dependen. Dalam konteks penelitian keuangan, profitabilitas sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana *leverage* dan ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai mekanisme yang memperkuat atau memperlemah pengaruh suatu variabel terhadap nilai perusahaan.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2019:199) tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio profitabilitas antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri,
7. Tujuan lainnya.

Sementara itu menurut (Kasmir, 2019:200) manfaat rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu perusahaan,
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang,
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu,
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,
6. Manfaat lainnya.

2.1.5.3 Indikator Pengukuran Profitabilitas

Dalam rasio profitabilitas, terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur profitabilitas, sebagaimana dijelaskan oleh (Inrawan, 2024:42) dalam bukunya , yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (Marjin Laba Kotor)

Gross profit margin menunjukkan persentase laba kotor dari total penjualan.

Laba kotor dihitung dengan cara mengurangi pendapatan dengan harga pokok penjualan (HPP). Marjin ini mencerminkan sejauh mana perusahaan efisien dalam mengelola biaya produksi atau pembelian barang dagangan relatif terhadap penjualannya.

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

2. *Operating Profit Margin* (Marjin Laba Operasi)

Operating profit margin mengukur persentase laba operasional dari penjualan bersih, dan menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola biaya operasional di luar HPP. Laba operasional diperoleh setelah mengurangi biaya administrasi, umum, dan biaya penjualan dari laba kotor.

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasional (EBIT)}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (Marjin Laba Bersih)

Net profit margin mengukur persentase laba bersih terhadap penjualan bersih. Rasio ini mencerminkan efisiensi keseluruhan perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan setelah mempertimbangkan semua biaya, termasuk pajak dan bunga.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

4. *Return on Assets* (ROA)

Return on Assets mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total asetnya. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan.

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

5. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total ekuitas pemegang saham. Rasio ini mencerminkan seberapa efektif perusahaan menggunakan modal yang diberikan oleh pemegang saham untuk menghasilkan laba.

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

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, penulis memilih untuk menggunakan perhitungan dengan *Return on Equity* (ROE) sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal sendiri yang dimiliki. ROE menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas investasi yang mereka tanamkan dalam perusahaan.

2.1.5.4 Kriteria Penilaian *Return on Equity*

Tabel 2.3
Kriteria ROE

Interval	Kriteria
$ROE > 23\%$	Sangat Baik
$18\% < ROE \leq 23\%$	Baik
$13\% < ROE \leq 18\%$	Cukup Baik
$8\% < ROE \leq 13\%$	Kurang Baik
$ROE \leq 8\%$	Tidak Baik

Sumber: NOMOR 31/SEOJK.03/2019

2.1.6 Nilai Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan prospek dan peluang pertumbuhan di masa depan, di mana peluang tersebut sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menarik dan mengelola modal. Semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh modal, semakin besar pula peluangnya untuk melakukan ekspansi usaha dan meningkatkan kinerjanya. Nilai perusahaan yang tinggi adalah tujuan utama para pemilik, karena hal ini menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang tinggi, yang tercermin dari peningkatan harga saham dan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan yang tercermin dalam harga saham di pasar. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang (Yanti & Darmayanti, 2019).

Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh manajemen karena berkaitan erat dengan kemakmuran pemegang saham.

Pengertian nilai perusahaan menurut (Astuti *et al.*, 2021:133) adalah:

“Nilai perusahaan adalah nilai wajar dari suatu perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap emiten yang bersangkutan.”

Menurut (Brigham & Houston, 2019:122) dalam bukunya:

“the ratio of a stock’s market price to its book value gives another indication of how investors regard the company. Companies that are well regarded by investors which means low risk and high growth have high M/B ratios.”

Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil dan cenderung meningkat. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Pihak manajemen perlu berpikir kreatif untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Manajer harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dalam rangka memaksimalkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang mencapai kinerja optimal akan melihat peningkatan harga saham di pasar, yang menjadi sinyal positif bagi investor untuk menyeter modal dalam bentuk investasi. Idealnya, perusahaan diharapkan dapat mengidentifikasi dan mengendalikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2.1.6.2 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Menurut (Astuti *et al.*, 2021:135) Ada beberapa pihak yang berkepentingan terhadap rasio nilai pasar, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi investor, rasio pasar digunakan untuk mengambil keputusan beli (*buy*) atau jual (*sell*) saham.
2. Bagi bankir investasi, rasio pasar digunakan untuk menetapkan harga saham perusahaan ketika adanya penerbitan saham baru atau *initial public offering* (IPO).
3. Bagi perusahaan, rasio pasar digunakan untuk memutuskan seberapa banyak nilai yang ditawarkan kepada perusahaan lain dalam potensi merger.

Sementara itu menurut (Astuti *et al.*, 2021:136) Secara khusus, berikut manfaat dari rasio nilai pasar bagi investor, yaitu:

1. Nilai pasar digunakan sebagai tolak ukur perusahaan dalam hal memberikan imbalan investasi untuk investor dengan cara pembagian dividen.
2. Bagi pihak investor, rasio pasar digunakan sebagai rasio penilaian serta evaluasi dalam melakukan investasi. Rasio nilai pasar terbukti dapat menunjukkan kinerja sekuritas pasar modal.
3. Pihak investor juga bisa mengetahui debt to equity ratio sebelum memutuskan untuk investasi. Besarnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan akan mempengaruhi leverage dari perusahaan tersebut.
4. Rasio nilai pasar digunakan sebagai dasar penilaian untuk melakukan investasi baik jangka pendek maupun panjang. Dalam jangka panjang, investor akan mengharapkan pembagian dividen. Sementara itu, untuk investasi jangka pendek maka investor akan mengharapkan adanya capital gain. Capital gain merupakan selisih laba yang diperoleh dari hasil jual beli surat berharga atau efek di pasar modal.
5. Rasio nilai pasar ini akan memperlihatkan kepada investor mengenai apa yang seharusnya diperoleh dari investasi yang dilakukan. Selain itu, rasio nilai pasar juga akan memperkuat pilihan saham yang dilakukan investor, sehingga tidak akan merugikan investasi. Investor mungkin akan memperoleh pendapatan, dividen, atau penjualan nilai saham yang dihargai di masa depan. Investor akan merasa sangat terbantu dengan adanya rasio, karena bisa memprediksi berapa harga saham di masa depan.

2.1.6.3 Indikator Pengukuran Nilai Perusahaan

Dalam rasio nilai perusahaan terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur nilai perusahaan, sebagaimana dijelaskan oleh (Inrawan, 2024:138) dalam bukunya , yaitu

1. Laba per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share*)

Laba per lembar saham biasa (*earnings per share*) adalah rasio yang mengukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam memberikan keuntungan kepada pemegang saham biasa. Rasio ini menunjukkan hubungan antara jumlah laba bersih dan bagian kepemilikan pemegang saham dalam perusahaan. Calon investor potensial akan menggunakan nilai laba per saham biasa ini untuk membuat keputusan investasi di antara berbagai alternatif yang tersedia.

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham biasa yang beredar}}$$

2. Rasio Harga Terhadap Laba (*Price Earning Ratio*)

Rasio harga terhadap laba (*price earning ratio*) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dan laba per lembar saham. Melalui rasio ini, harga saham suatu emiten dibandingkan dengan laba bersih yang diperoleh emiten tersebut dalam satu tahun. Dengan mengetahui besaran PER, calon investor potensial dapat menilai apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak, berdasarkan kondisi saat ini, dan bukan hanya berdasarkan perkiraan di masa depan.

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

3. Imbal Hasil Dividen (*Dividend Yield*)

Imbal Hasil Dividen (*Dividend Yield*) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara dividen tunai per lembar saham dan harga pasar per lembar saham. Rasio ini digunakan untuk mengukur return (imbal hasil) dari

investasi saham. Melalui rasio ini, investor dapat menilai besaran dividen yang dibagikan relatif terhadap nilai investasi yang telah ditanamkan. Bagi emiten, dividend yield dapat berfungsi sebagai ukuran dalam menetapkan kebijakan dividen.

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividen tunai per lembar saham}}{\text{Harga pasar per lembar saham}}$$

4. Rasio Pembayaran Dividen (*Dividend Payout Ratio*)

Rasio Pembayaran Dividen (*Dividend Payout Ratio*) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara dividen tunai per lembar saham dan laba per lembar saham. Rasio ini menggambarkan jumlah laba dari setiap lembar saham yang dialokasikan dalam bentuk dividen. Seperti halnya dividend yield, rasio ini juga dapat digunakan sebagai salah satu proksi dalam menetapkan kebijakan dividen, yaitu keputusan emiten mengenai besarnya dividen tunai yang akan dibagikan kepada para pemegang saham.

$$DPR = \frac{\text{Dividen tunai per lembar saham}}{\text{laba per lembar saham}}$$

5. Rasio Harga Terhadap Nilai Buku (*Price to Book Value Ratio*)

Rasio Harga Terhadap Nilai Buku (*Price to Book Value Ratio*) adalah rasio yang membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini digunakan untuk menilai apakah harga saham tersebut *overvalued* atau *undervalued*. Semakin rendah nilai PBV suatu saham, semakin ia dikategorikan sebagai *undervalued*, yang dianggap baik untuk investasi jangka panjang. Namun, rendahnya nilai PBV juga dapat menandakan penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten. Oleh

karena itu, nilai PBV harus dibandingkan dengan saham emiten lainnya dalam industri yang sama. Jika perbedaannya terlalu signifikan, analisis lebih lanjut perlu dilakukan.

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

Oleh karena itu, penulis mempertimbangkan dan memilih variabel nilai perusahaan dengan perhitungan Price to Book Value (PBV) karena metode ini memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara harga saham perusahaan dengan nilai buku bersih per saham

2.1.6.3 Kriteria Pengukuran Nilai Perusahaan

Tabel 2.4
Kriteria Pengukuran Nilai Perusahaan

Interval	Kriteria
<1	<i>Undervalue</i>
1	<i>Value</i>
≥1	<i>Overvalue</i>

Sumber: (Ana & Wibowo, 2025)

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh *Levergae* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas yang menjadi bahan masukan atau bahan rujukan peneliti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman	profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2	Anjeli Melita Br Aritonang, Eli Safrida dan Jojor Lisbet Sibarani (2025)	Pengaruh <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi: Studi pada Perusahaan Sektor Industri di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2023	<i>leverage</i> dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan memoderasi hubungan antara leverage dan nilai perusahaan, profitabilitas tidak memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan
3	Eka Mayastika Sinaga (2021)	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Perusahaan Aneka Industri Sektor Tekstil dan Garment Terdaftar di BEI 2016-2018)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dapat memoderasi antara Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan
4	Adillah Pratiwi dan Ahmad Mifdlol Muthohar (2021)	Pengaruh <i>growth opportunity</i> , likuiditas, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel <i>intervening</i>	variabel <i>growth opportunity</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas, <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai, Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh <i>growth opportunity</i> dan likuiditas terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Rahmi Adelia, Yani Suryani dan Azwansyah Habibie (2024)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022	<i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, Struktur modal berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas dapat memediasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.6
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

Nama Peneliti (Tahun)	<i>Leverage</i>	Ukuran Perusahaan	Struktur Modal	Likuiditas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Growth Opportunity</i>	Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Profitabilitas (<i>Intervening</i>)	Profitabilitas (<i>Moderating</i>)
I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019)	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	-

Nama Peneliti (Tahun)	<i>Leverage</i>	Ukuran Perusahaan	Struktur Modal	Likuiditas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Growth Opportunity</i>	Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Profitabilitas (<i>Intervening</i>)	Profitabilitas (<i>Moderating</i>)
Anjeli Melita Br Aritonang, Eli Safrida dan Jojo Lisbet Sibarani (2025)	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	-	✓
Eka Mayastika Sinaga (2021)	-	-	-	-	✓	-	✓	-	-	✓
Adillah Pratiwi dan Ahmad Mifdlol Muthohar (2021)	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-	✓	-
Rahmi Adelia, Yani Suryani dan Azwansyah Habibie (2024)	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	✓	-
Muhammad Bagus Tulus Pratama (2026)	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	-	✓

Berdasarkan tabel hasil penelitian terdahulu, terdapat persamaan dari setiap variabel-variabel yang diteliti oleh penulis dengan penelitian sebelumnya. Persamaan utamanya terletak pada fokus variabel *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Penelitian pertama, I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) penelitian berjudul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak

dimasukannya variabel *Leverage* pada penelitian I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019).

Penelitian ke-dua, Anjeli Melita Br Aritonang, Eli Safrida dan Jojor Lisbet Sibarani (2025) penelitian berjudul Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada variabel *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dimasukannya variabel Profitabilitas sebagai variabel intervening pada penelitian Anjeli Melita Br Aritonang, Eli Safrida dan Jojor Lisbet Sibarani (2025).

Penelitian ke-tiga, Eka Mayastika Sinaga (2021) penelitian berjudul Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Perusahaan Aneka Industri Sektor Tekstil dan Garment Terdaftar di BEI 2016-2018). Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada variabel Profitabilitas dan Nilai Perusahaan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dimasukannya variabel CSR dan Profitabilitas sebagai intervening pada penelitian Eka Mayastika Sinaga (2021).

Penelitian ke-empat, Adillah Pratiwi dan Ahmad Mifdlol Muthohar (2021) penelitian berjudul Pengaruh *growth opportunity*, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada variabel *Leverage*, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel *intervening*, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dimasukannya variabel *growth opportunity* dan likuiditas pada penelitian Adillah Pratiwi dan Ahmad Mifdlol Muthohar (2021).

Penelitian ke-lima, Rahmi Adelia, Yani Suryani dan Azwansyah Habibie (2024) penelitian berjudul Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada variabel *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dimasukkannya variabel Struktur Modal pada penelitian Rahmi Adelia, Yani Suryani dan Azwansyah Habibie (2024).

Berdasarkan uraian diatas, dapat diinterpretasikan bahwa penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian diatas dengan judul Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2021-2024).

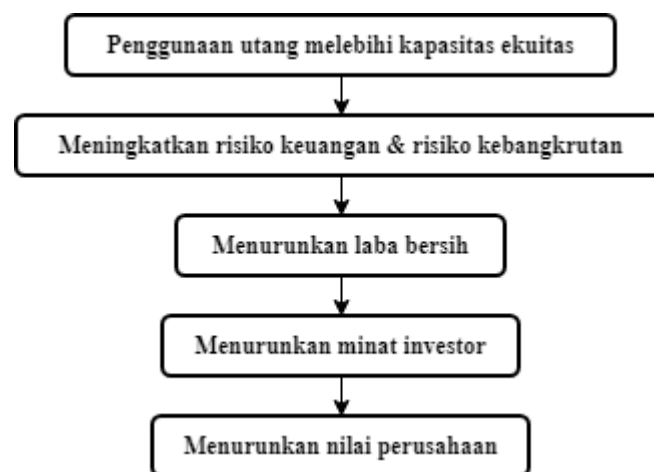
2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat memberikan keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan jika digunakan secara bijaksana dan seimbang. Namun, penggunaan *leverage* yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan biaya keuangan, yang pada akhirnya dapat merugikan nilai perusahaan. Oleh karena itu, keputusan terkait *leverage* harus mempertimbangkan semua faktor risiko dan keuntungan yang ada, serta kondisi spesifik perusahaan dan pasar. *Leverage* juga merupakan rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam

memenuhi kewajiban jangka panjang, seperti pembayaran bunga utang, pelunasan pokok utang, dan kewajiban tetap lainnya. Menurut (Octavia & Wafiroh, 2025), (Salsabilla & Diana, 2023), (Salsabillah *et al.*, 2025) dan (Damayanti, 2025) bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H1 = *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan



Gambar 2.1 Skema *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

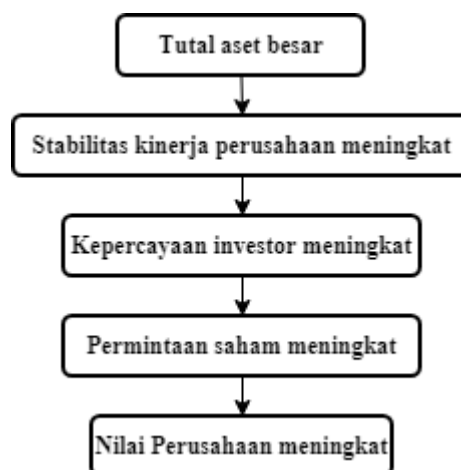
2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki total aset, ekuitas, dan kapasitas operasional yang lebih besar, sehingga mampu menciptakan stabilitas kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil. Stabilitas ini meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki akses yang lebih mudah terhadap sumber pendanaan eksternal, baik melalui pasar modal maupun lembaga keuangan. Kemudahan akses pendanaan ini memungkinkan

perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan inovasi yang dapat meningkatkan kinerja serta prospek perusahaan di masa depan. Prospek pertumbuhan yang baik ini akan mendapatkan respons positif dari investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Menurut hasil penelitian (Adelia *et al.*, 2024), (Yanti & Darmayanti, 2019), (Melisa *et al.*, 2024) dan (Novatiani *et al.*, 2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan.

H2 = Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan



Gambar 2.2 Skema Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah alat ukur yang digunakan oleh manajemen dan investor untuk menilai kinerja perusahaan. Bagi manajemen, laba merupakan target yang harus dicapai, sementara bagi investor, profitabilitas menunjukkan efisiensi

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal yang diinvestasikan. Laba yang stabil memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga semakin besar laba yang dihasilkan, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Menurut hasil penelitian (Adelia et al., 2024), (Sinaga, 2021), (Damayanti, 2025) dan (Yanti & Darmayanti, 2019) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian tingginya tingkat laba yang dihasilkan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Semakin banyak investor yang memiliki saham di perusahaan tersebut, harga sahamnya akan mengalami kenaikan. Hal tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan.

H3 = Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

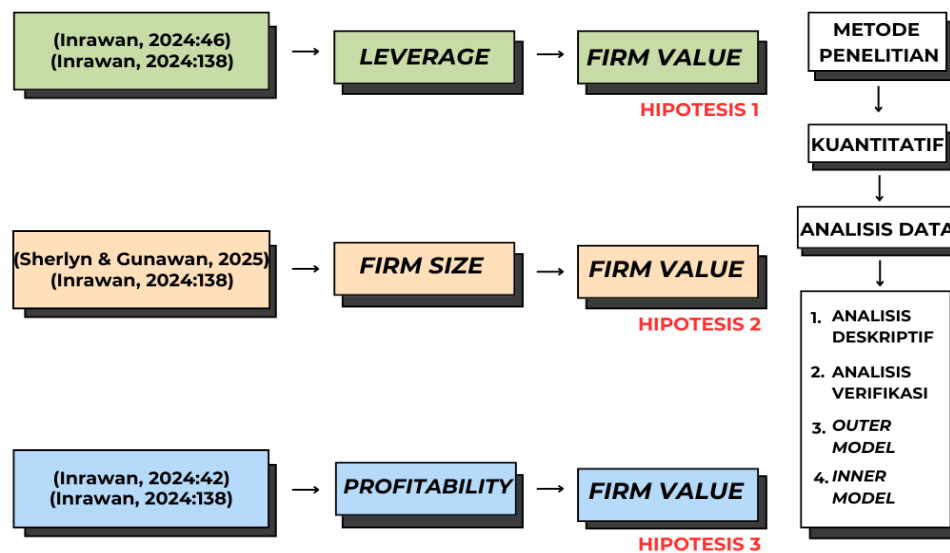


Gambar 2.3 Skema Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

2.2.4 Paradigma Kerangka Pemikiran

Tabel 2.7
Paradigma Kerangka Pemikiran

Landasan Teori			
<i>Leverage</i>	Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
1. (Inrawan, 2024:46)	1. (Brigham & Houston, 2019:12)	1. (Kasmir, 2015:110)	1. (Astuti et al., 2021:133)
2. (Astuti et al., 2021:81)	2. (Brigham & Houston, 2019:32)	2. (Inrawan, 2024:42)	2. (Brigham & Houston, 2019:122)
3. (Brealey et al., 2023:842)	3. UU No 20 Tahun 2008	3. (Brigham & Houston, 2019:107)	3. (Astuti et al., 2021:135)
4. (Kasmir, 2015:153)	4. (Sherlyn & Sudirgo, 2025)	4. (Kasmir, 2015:197)	4. (Inrawan, 2024:138)
5. (Kasmir, 2015:154)		5. (Kasmir, 2015:198)	
6. (Inrawan, 2024:46)		6. (Inrawan, 2024:42)	



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu di atas, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penulis mengusulkan hipotesis sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 = *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

H2 = Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

H3 = Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan