

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Perusahaan (*Theory of Firm*)

Teori perusahaan adalah konsep dasar yang digunakan dalam kebanyakan studi ekonomi manajemen terutama konsentrasi manajemen keuangan. Teori ini berasal dari teori marginalis neo-klasik perusahaan yang mempunyai fokus secara umum untuk memprediksi harga optimal dan keputusan *output* yang akan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Pada dasarnya teori ini menunjukkan bahwa perusahaan berusaha untuk membuat perbedaan antara total pendapatan atau penerimaan penjualan dan total biaya atau pengeluaran sebesar mungkin (Risman, 2021).

Teori perusahaan juga menjelaskan bahwa perusahaan adalah salah satu bentuk organisasi berbadan hukum yang kegiatannya mengakomodir dan memanfaatkan berbagai sumber daya untuk menghasilkan produk baik barang maupun jasa sehingga memiliki nilai tambah yang dapat ditawarkan dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan manusia. Selain itu, tujuan utama pendirian suatu perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan. Sedangkan secara umum perusahaan bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit*), meningkatkan kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan dan memperoleh pengembalian investasi yang tinggi. Teori perusahaan menegaskan bahwa manajemen mempunyai fokus terhadap peningkatan nilai perusahaan sebagai cakupan tujuan didirikannya perusahaan.

2. Teori *Signaling*

Teori sinyal (*signaling theory*) secara umum diartikan sebagai isyarat atau kode yang dilakukan oleh perusahaan kepada investor. Sinyal tersebut dapat berwujud dalam berbagai bentuk, baik yang langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan dengan penelaahan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya (Fauziah, 2017). Teori ini menjelaskan bahwa informasi keuangan perusahaan dapat memberikan sinyal positif dan sinyal negatif kepada para investor. Sehingga bagi perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mencapai target perusahaan serta menunjukkan kinerja perusahaannya dengan baik dan bagi para investor harus dapat menanggapi sinyal yang diterima dengan cermat, teliti dan terukur. Apabila perusahaan mampu menunjukkan kinerja perusahaannya dengan baik maka investor akan dapat menerima sinyal positif untuk dapat berinvestasi.

3. Teori *Agency*

Teori agensi (*Agency theory*) menyebutkan bahwa entitas merupakan tempat atau titik pertemuan bagi berbagai jenis hubungan kontraktual yang terjadi diantara manajemen, pemilik, kreditor, dan pemerintah. Teori agensi berfokus pada biaya-biaya pemantauan dan penyelenggaraan hubungan antara berbagai pihak dimana pihak manajemen berupaya memaksimalkan kesejahteraan dan meminimumkan pembiayaan atas perjanjian yang akan dilakukan (Bastian, 2006). Biaya pemantauan dan penyelenggaraan tersebut digunakan untuk mempekerjakan para akuntan atau auditor dalam mengatasi kemungkinan tingkat risiko yang dihadapi

serta memberikan rekomendasi yang perlu dilakukan untuk menarik dan meningkatkan kepercayaan para pemegang saham. Dengan kata lain, teori agensi merujuk pada hubungan (agen) yang membahas tentang tindakan dan keputusan dalam meningkatkan income.

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah jenis rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat imbalan atau perolehan keuntungan dibanding penjualan atau aktiva dimana dapat menganalisis seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri (Sujarweni, 2017).

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Dengan kata lain, rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan asset, maupun penggunaan modal (Hery, 2016). Rasio ini juga digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen. Rasio profitabilitas dapat dibagi kedalam beberapa jenis sebagai berikut :

a. *Return On Asset*

Return on asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016).

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar total laba bersih

yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Rumus *return on assets* dapat dihitung sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan :

ROA	: Tingkat Pengembalian Aset
<i>Earning After Tax</i>	: Laba Setelah Pajak
Total Assets	: Total Aset

b. *Return on Equity*

Return on equity merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar total laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rumus *return on equity* dapat dihitung sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

Keterangan :

ROE	: Tingkat Pengembalian Ekuitas
<i>Earning After Tax</i>	: Laba Setelah Pajak
Total Equity	: Total Ekuitas

c. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin merupakan rasio yang menunjukkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan (Hery, 2016). Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rumus *gross profit margin* dapat dihitung sebagai berikut :

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

d. *Net Profit Margin*

Net profit margin merupakan rasio yang menunjukkan laba yang dicapai setelah pajak dari jumlah penjualan bersih (Hery, 2016). Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rumus *net profit margin* dapat dihitung sebagai berikut :

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

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala atau variabel tertentu yang dapat dihitung berdasarkan total aktiva, *log size*, nilai pasar, saham, total penjualan, dan lain-lain yang dihasilkan dari capaian atas kinerja perusahaan itu sendiri sehingga dapat menggambarkan dan menentukan

besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan skala atau variabel tersebut.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal. semakin besar ukuran perusahaan, total aset, dan total modal akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat (Basyaib, 2007).

Menurut Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

a. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp10 Milyar termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan lebih dari Rp50 Milyar/tahunnya.

b. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp1 Milyar dan kurang dari Rp50 Milyar.

c. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan minimal Rp1 Milyar/tahunnya.

Adapun besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset, kapitalisasi nilai pasar saham, total penjualan, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dapat diukur

menggunakan total aset sehingga ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Assets})$$

6. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen dan tanggung jawab perusahaan atau organisasi untuk memberikan kontribusi jangka panjang dalam membangun kehidupan yang lebih baik terhadap aspek ekonomi, sosial masyarakat, dan lingkungan sekitar sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Riadi, 2023).

Corporate social responsibility merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup yang dikembangkan dengan koridor *Tri Bottom Line* diantaranya mencakup, sosial, ekonomi dan lingkungan (Kholis, 2020).

Corporate social responsibility merupakan upaya dan peranan perusahaan dalam meningkatkan pembangunan berkelanjutan. Upaya yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada para *stakeholders*. Kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dapat diuraikan sesuai dengan pengungkapan standar yang telah

ditetapkan dalam laporan berkelanjutan (*Sustainability report*). Adapun pengungkapan standar menurut Global Report Initiative (GRI) -G4 dalam (Fuadah *et al.*, 2018) pada laporan berkelanjutan terdiri dari:

a. Ekonomi

Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi ekonomi para pemegang kepentingan ditingkat sistem ekonomi lokal, nasional, dan global.

b. Lingkungan

Dimensi lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air, dan udara. Indikator lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input.

c. Hak Asasi Manusia

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan *supplier*/kontraktor.

d. Sosial

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola.

e. Tanggung Jawab Produk

Indikator kinerja tanggung jawab produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi

pelanggan, terutama kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.

f. Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak

Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi dimana dia beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI menentukan aspek kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

Berdasarkan pengelompokan standar GRI-G4 di atas terdapat 91 indikator indeks pengungkapan *corporate social responsibility* dilansir dari (<http://www.globalreporting.org>). *Corporate social responsibility* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSR = \frac{\text{Total Item yang diungkapkan Perusahaan}}{\text{Total Item yang diungkapkan}}$$

7. Struktur Modal

Menurut (Riyanto, 2010) struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang dicerminkan melalui perimbangan antara modal sendiri dengan utang jangka panjang (dalam Dewi *et al.*, 2014). Struktur modal merupakan tata kelola antara modal sendiri dengan utang jangka panjang dan jangka pendek. Struktur modal biasanya terdiri dari pembiayaan jangka pendek, pembiayaan jangka panjang, dan ekuitas. Menurut (Dewi *et al.*, 2014) struktur modal yang dapat mencerminkan perbandingan antara hutang, modal sendiri dan aset terdiri dari dua jenis yaitu :

a. *Debt to Asset Ratio*

Debt to assets ratio adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan besarnya persentase perusahaan menggunakan utang dalam pembiayaan jumlah aktiva atau asetnya (Dewi *et al.*, 2014). Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DAR = \frac{\text{Total Likuiditas}}{\text{Total Aset}}$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan besarnya persentase perusahaan menggunakan pendanaan modal yang diperoleh dari para pemegang saham melalui utang apabila dibandingkan dengan pendanaan modal sendiri (Dewi *et al.*, 2014). Rasio dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Likuiditas}}{\text{Total Equity}}$$

8. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2015).

Menurut (Mayangsari, 2018) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Nilai perusahaan terdiri dari beberapa jenis nilai sebagai berikut (Risman, 2021) :

a. Nilai Nominal

Secara hukum nilai nominal adalah nilai yang tertera pada anggaran dasar perusahaan biasanya pada saat didirikan atau sesuai akta perusahaan. Sebelum perdagangan saham dilakukan tanpa warkat, maka nilai nominal juga tertulis warkat saham yang diperdagangkan di bursa efek.

b. Nilai Pasar

Nilai pasar juga disebut harga pasar (*Market place*) yaitu harga yang terjadi di pasar melalui mekanisme atau proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai pasar saham perusahaan ini akan tetap ada apabila perusahaan sudah *listing* di bursa efek.

c. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah nilai yang diperoleh dari perhitungan dalam analisa fundamental perusahaan, biasanya nilai intrinsik digunakan untuk menilai harga saham perusahaan tertentu dan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh para investor dan manajer investasi.

d. Nilai Buku

Nilai buku merupakan nilai perusahaan dihitung berdasarkan atau untuk keperluan pembukuan (akuntansi) yaitu selisih antar total asset dan total utang dibagi dengan jumlah saham beredar.

Menurut (Weston dan Copeland, 2010) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER merupakan fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rumus *price earning ratio* dapat dihitung sebagai berikut :

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

Keterangan :

PER	: Rasio Pendapatan Harga Saham
<i>Market Price Per Share</i>	: Harga Pasar per Saham
<i>Earning Per Share</i>	: Laba per Saham

b. Tobin's Q

Tobin's Q pertama kali dikemukakan oleh seorang pemenang nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari asset perusahaan dengan biaya penggantinya. Rasio Tobin's Q merupakan rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio berfokus pada besarnya nilai perusahaan saat ini yang relatif terhadap besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Rumus Tobin's Q dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q = \frac{(MVE + D)}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan :

Tobin's Q : Nilai Pasar Saham
 MVE : Harga Penutupan dikali Jumlah Saham Beredar ditambah total utang
 Total Assets : Total Aset

c. Price to Book Value (PBV)

Price to book value merupakan salah satu pendekatan investor atau pemegang saham sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi. Rasio PBV dapat menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemegang saham yang relative dibandingkan dengan modal yang ditanamkan di perusahaan. Rumus *price to book value* dapat dihitung sebagai berikut :

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

Keterangan :

PBV : Nilai Buku
Market Price Per Share : Harga Pasar per Saham
Book Value Per Share : Nilai Buku per Saham

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Mesrawati & Sagala, 2023)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Ukuran Perusahaan (X2) c. Tanggung Jawab Sosial (X3) d. Struktur Modal (X4) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara tanggung jawab sosial dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial, dan struktur modal secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2	(Turrohma Sudyatno, 2023)	Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen a. Struktur Modal (X1) b. Profitabilitas (X2) Variabel Dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, profitabilitas, dan <i>Corporate Social Responsibility</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderisasi	a. Nilai Perusahaan (Y) Variabel Moderisasi a. <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3)	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan dan variabel moderasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3	(Yuwono, Sonata, & Hesniati, 2023)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Utang, <i>Corporate Social Responsibility</i> , Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Aneka Industri	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Utang (X2) c. <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3) d. Struktur Modal (X4) e. Ukuran Perusahaan (X5) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, tanggung jawab sosial, dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan utang dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	(Yusmaniarti et al., 2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen a. Ukuran Perusahaan (X1) b. Struktur Modal (X2) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y) Variabel Moderasi a. <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan CSR tidak mampu untuk memoderasi ukuran perusahaan dan struktur modal

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				terhadap nilai perusahaan dan secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5	(Amelia & Saiful, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Laba, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Pertumbuhan Laba (X2) c. Struktur Modal (X3) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y) Variabel Moderasi a. <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan pengembangan manfaat dan desain modal tidak berdampak pada nilai perusahaan. Selanjutnya, adanya adanya kewajiban sosial perusahaan sebagai variabel pengaruh melemahkan dampak pengembangan manfaat pada nilai perusahaan, namun tidak dapat mengarahkan dampak produktivitas dan konstruksi modal pada nilai perusahaan.
6	(Rasyid <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen a. <i>Corporate Social Responsibility</i> (X1) b. Struktur Modal (X2) Variabel Dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan struktur modal

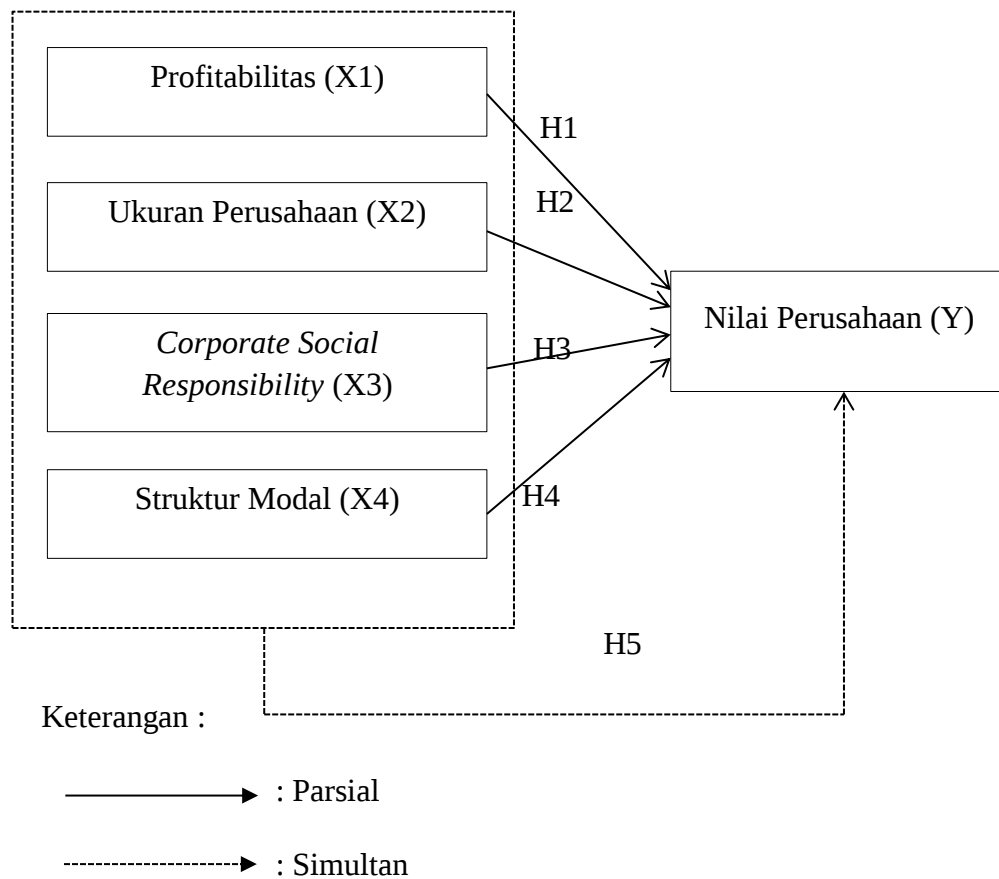
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan	a. Nilai Perusahaan (Y) Variabel Moderasi a. Ukuran Perusahaan b. Profitabilitas	berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas gagal memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan struktur modal terhadap nilai perusahaan
7	(Richard, 2020)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Likuiditas (X2) c. Struktur Modal (X3) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan.
8	(Saputri, 2020)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Struktur Modal (X2) c. Ukuran Perusahaan (X3) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sementara struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9	(Kadim & Sunardi, 2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan <i>Cosmetics and Household</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Ukuran Perusahaan (X2) c. Leverage (X3) Variabel Dependen a. Leverage (Y1) b. Nilai Perusahaan (Y2)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap leverage sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	(Kowawin & Suninono, 2019)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Tanggung Jawab Sosial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen a. Profitabilitas (X1) b. Struktur Modal (X2) c. Tanggung Jawab Sosial (X3) d. Ukuran Perusahaan (X4) Variabel Dependen a. Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber : penelitian terdahulu yang disimpulkan peneliti

C. Kerangka Teori

Gambar 2.1
Kerangka Teori



D. Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan para pemegang saham atau investor dapat menggambarkan besarnya tingkat kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan atau pendapatan perusahaan. Semakin tinggi angka persentase rasio profitabilitas semakin tinggi pula daya tarik para investor dalam berinvestasi. Oleh karena itu,

perusahaan berupaya meningkatkan laba yang diperoleh agar profitabilitas perusahaan dapat mencapai angka yang diinginkan para pemegang saham. Banyaknya jumlah para pemegang saham yang ingin melakukan investasi akan menimbulkan kenaikan harga saham yang dapat menguntungkan perusahaan. Untuk itu, Apabila perusahaan berhasil menarik perhatian para pemegang saham maka semakin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik. Nilai perusahaan tersebut tentunya dimiliki karena capaian dan keberhasilan dalam memperoleh laba. Penelitian yang dilakukan oleh (Riyadi, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Ananda, 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2020-2022

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dapat digolongkan berdasarkan tingkatan laba yang diperoleh perusahaan baik itu laba berdasarkan penjualannya maupun jumlah asset yang telah diperoleh perusahaan setiap tahunnya. Ukuran perusahaan tentunya diukur sesuai dengan jumlah asset yang diperoleh perusahaan. Semakin besar jumlah asset yang diperoleh perusahaan semakin besar pula ukuran perusahaannya. Sehingga banyak perusahaan menargetkan laba atau keuntungan yang harus dicapai pada periode tertentu.

Dengan kata lain, bertujuan untuk menganalisa pertumbuhan perusahaan pada setiap periode tertentu. Apabila target perusahaan dicapai maka perusahaan mengalami pertumbuhan jumlah asset. Pertumbuhan tersebut dapat mempengaruhi para pemegang saham untuk melakukan investasi saham.

Pertumbuhan perusahaan akibat tercapainya target perusahaan dapat memberikan peluang besar kepada perusahaan dalam memperluas aktivitas-aktivitas perusahaan dalam memperoleh laba karena adanya penanaman modal atau investasi saham dari para pemegang saham sehingga dapat meningkatkan ukuran perusahaannya. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan nilai perusahaan yang baik karena tercapainya laba atau keuntungan yang maksimal. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Khotimah, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Bintari *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2020-2022

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Perilaku dan kegiatan operasional perusahaan terutama pada kegiatan produksi industrinya yang tidak diberikan pengawasan dan pengendalian yang tepat dapat berdampak buruk pada ruang lingkup

perusahaan dimana perusahaan akan dituntut oleh pihak-pihak *stakeholders* karena adanya berbagai masalah yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut. Tuntutan-tuntutan yang telah dilontarkan kepada perusahaan menyebabkan perspektif yang buruk bagi para pemegang saham. Oleh sebab itu, perusahaan semaksimal mungkin melakukan upaya dalam menciptakan dan mempertahankan citra dan reputasi perusahaan. Upaya-upaya yang dilakukan perusahaan diungkapkan kedalam laporan berkelanjutan. Namun, masalah yang berkaitan dengan perusahaan biasanya selalu menjadi pusat perhatian pemerintah sehingga pengungkapan yang diungkapkan perusahaan harus sesuai dengan pengungkapan CSR yang telah ditetapkan pemerintah. Pengungkapan CSR juga sebagai bentuk partisipasi perusahaan dalam pembangunan yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, pengungkapan CSR bagi para pemegang saham merupakan komponen yang sangat penting dalam mempertimbangkan keputusan berinvestasi.

Semakin besar jumlah pengungkapan CSR yang diungkapkan perusahaan maka semakin baik pula perspektif para pemegang saham dalam menilai perusahaan. Penilaian yang baik terhadap perusahaan tersebut akan menarik perhatian para pemegang saham sehingga mendorong pertumbuhan laba perusahaan serta nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Suprasto, 2016) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Susanti & Budiasih, 2019) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2020-2022

4. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan capaian atas kinerja perusahaan akan menimbulkan banyak tantangan bagi perusahaan itu sendiri. Hal itu disebabkan oleh tujuan capaian itu sendiri pula atau dengan kata lain apabila perusahaan berhasil mencapai kinerja perusahaan maka perusahaan akan disorot oleh para pemegang saham yang dimana bagi para pemegang saham yang telah melakukan investasi mempunyai harapan besar yaitu memperoleh keuntungan dari investasi saham yang dilakukan. Sehingga tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan dan kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi perusahaan terutama para pemegang saham. Untuk itu, perusahaan sebaliknya harus mampu mengelola perusahaan dengan baik. Investasi saham atau penanaman modal yang dilakukan para pemegang saham harus dapat digunakan dan dikelola dengan baik melalui manajemen perusahaan. Manajemen perusahaan harus mempunyai kemampuan perencanaan dan pengelolaan struktur modal yang baik dimana bertujuan untuk keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang untuk menghasilkan laba perusahaan.

Apabila struktur modal tidak dapat dikelola dengan baik akan mengakibatkan kekurangan pendanaan atau pembiayaan bahkan

kebangkrutan sehingga perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan operasionalnya atau tidak dapat dipertahankan (yang menyebabkan pembubaran atau pemberhentian) dikarenakan manajemen perusahaan tidak mampu mengoptimalkan struktur modal. Sementara, struktur modal pada kenyataannya bertujuan untuk menunjang perusahaan dalam beroperasi menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2016) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Respati, 2016) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Widati, Liswatin, & Fitria, 2021) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4 : Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2020-2022

5. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari seluruh variabel independen secara simultan terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Hwihanus, 2023) dan penelitian

yang dilakukan oleh (Mesrawati & Sagala, 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kowawin & Suninono, 2019) tidak menunjukkan hasil penelitian variabel independen secara simultan terhadap nilai perusahaan.

H5 : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2020-2022.