

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Sinyal

Sinyal atau isyarat adalah suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai sudut pandang manajemen terhadap prospek perusahaan (E. F., Brigham & Houston, 2001). Sinyal ini dapat berupa informasi tentang tindakan yang telah diambil oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang disampaikan oleh perusahaan mempunyai dampak yang penting terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut menjadi penting bagi investor dan pelaku bisnis karena pada dasarnya memberikan gambaran atau catatan mengenai keadaan masa lalu, saat ini, dan masa depan perusahaan serta dampaknya pada perusahaan.

Dalam penelitian ini, teori sinyal berkaitan dengan manajemen perusahaan yang menyediakan informasi kepada pemegang saham. Teori ini digunakan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan sinyal positif dan negatif, guna mengurangi asimetri informasi yang ditimbulkan. Manajemen sebagai pihak yang menerima dana dari investor harus menjaga tingkat stabilitas nilai perusahaan dengan melakukan upaya pengungkapan informasi mengenai perusahaan agar nilai perusahaan terjaga. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan sinyal melalui pengungkapan informasi yang dapat dilihat dengan ERM, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

2.2. Nilai Perusahaan

2.2.1. Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah cerminan harga saham yang tercipta karena permintaan dan penawaran pasar modal atas evaluasi khalayak umum terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009). Nilai perusahaan merupakan konsep yang penting bagi investor karena menunjukkan seberapa baik pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai suatu perusahaan ditentukan oleh harga pasar saham perusahaan tersebut. Harga saham yang tinggi menandakan bahwa saham tersebut diminati oleh investor, dan seiring dengan meningkatnya permintaan maka nilai perusahaan pun meningkat. Harga saham adalah satu-satunya cara untuk dengan mudah dan sederhana mengubah nilai perusahaan menjadi nilai finansial (Weston & Brigham, 2005).

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah indikator atas seberapa baik pasar menilai perusahaan dan cerminan harga saham yang tercipta karena adanya permintaan dan penawaran atas kinerja perusahaan yang baik. Dengan tingginya harga saham yang dimiliki oleh suatu perusahaan, akan diasumsikan pula nilai perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut juga tinggi. Selain itu, tingginya harga saham dapat dilihat dari kinerja perusahaan sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

2.2.2. Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan 4 rasio, yaitu *Price Book Value* (PBV), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), dan Tobin's Q (Sukamulja,

2019). Berdasarkan 4 pengukuran untuk nilai perusahaan, pada penelitian ini diukur dengan Tobin's Q. Rumus Tobin's Q yang digunakan adalah Tobin's Q yang membandingkan antara MVS (*market value of all outstanding shares*) ditambah *debt* (nilai total hutang) dengan total aset. Dimana, MVS dapat diperoleh dari hasil perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga saham sesuai tanggal publikasi laporan keuangan pada bagian harga saham penutupan (*closing price*). Sedangkan *debt* dapat diperoleh dari hasil total liabilitas atau hutang perusahaan. Untuk total aset menggunakan jumlah seluruh total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Maka hasil dari perhitungan Tobin's Q, jika hasilnya di bawah 1 akan menunjukkan bahwa saham perusahaan berada dalam kondisi *undervalued*. Hal ini berarti bahwa manajemen perusahaan gagal mengelola aset dengan baik, sehingga potensi pertumbuhan investasi rendah dan tidak akan berkembang. Namun, jika hasil Tobin's Q sama dengan 1 akan menunjukkan bahwa saham perusahaan dalam kondisi *average*, yang artinya manajemen perusahaan mengalami stagnan dalam mengelola aset perusahaan sehingga potensi pertumbuhan investasi juga tidak akan berkembang. Sebaliknya, jika nilai Tobin's Q di atas 1 akan menunjukkan bahwa saham perusahaan dalam kondisi *overvalued*. Hal ini berarti bahwa manajemen perusahaan berhasil untuk mengelola aset dengan baik, sehingga potensi pertumbuhan investasi akan tinggi dan nilai perusahaan tersebut juga akan meningkat. Oleh karena itu, investor akan tertarik untuk berinvestasi jika nilai Tobin's Q perusahaan berada di atas 1. Perusahaan juga masih dapat meningkatkan nilai perusahaan jika hasil yang diperoleh di bawah maupun sama dengan 1.

2.3. ERM

2.3.1. Definisi ERM

Sebelum memahami konsep ERM secara keseluruhan, peneliti akan mengungkapkan definisinya. ERM adalah proses yang melibatkan manajemen perusahaan, dewan direksi, dan anggota lainnya dalam menetapkan strategi yang mencakup seluruh aspek perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengenali situasi-situasi yang bisa memengaruhi perusahaan, mengelola risiko-risiko tersebut, dan memberikan keyakinan yang memadai terhadap pencapaian tujuan perusahaan (COSO, 2004). ERM merupakan bagian dari manajemen risiko perusahaan yang juga memberikan sinyal kepada investor (Kamtoso et al., 2021).

Berdasarkan kedua definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan ERM merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat mengungkapkan informasi terkait pengelolaan risiko dan mengungkapkan dampaknya terhadap masa depan perusahaan. Biasanya informasi penting yang dibagikan oleh perusahaan kepada para investor dapat berupa informasi secara finansial maupun non-finansial. Informasi penting tersebut dapat menjadi sebuah gambaran profil risiko suatu perusahaan dengan adanya pengungkapan ERM ini. Tak hanya itu, dengan adanya pengungkapan ERM ini menjadi salah satu sinyal positif bagi para investor dalam mengambil keputusan sebelum mengambil langkah dalam berinvestasi.

2.3.2. Pengukuran ERM

Dalam COSO (2004) manajemen risiko perusahaan dibagi dalam delapan komponen yang saling terkait, yaitu:

1. Lingkungan internal

Komponen yang pertama ini mencakup budaya, etika, dan lingkungan kerja perusahaan yang mendukung manajemen risiko perusahaan menjadi efektif. Perusahaan yang sukses dalam ERM mampu memiliki budaya kerja yang mampu mendorong keterlibaran dan tanggung jawab dalam mengelola risiko di semua tingkatan yang ada pada perusahaan.

2. Penentuan tujuan

Dalam komponen yang kedua ini, perusahaan harus mampu menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik yang sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuannya agar sesuai dengan batas toleransi risiko dan strategi perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut.

3. Identifikasi kejadian

Berikutnya pada komponen ketiga ini, akan melibatkan identifikasi dan pencatatan risiko-risiko yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Risiko-risiko tersebut terdiri dari risiko keuangan, kepatuhan, teknologi, ekonomis, dan reputasi.

4. Penilaian risiko

Untuk komponen yang keempat ini, setelah melakukan identifikasi perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap risiko tersebut berdasarkan kemungkinan terjadinya dan dampak yang ditimbulkan terhadap perusahaan nantinya. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam memahami tingkat risiko yang dihadapi serta dapat memprioritaskan tindakan manajemen risiko yang diperlukan.

5. Respon risiko

Pada komponen yang kelima ini, berdasarkan dari penilaian risiko sebelumnya perusahaan perlu mengembangkan strategi untuk memberikan respon yang tepat dalam menangani risiko tersebut. Hal ini dilakukan untuk dapat menghindari, mengurangi, menerima, atau mentransfer risiko.

6. Kegiatan pengendalian

Komponen keenam ini mencakup kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk mengontrol dan mengurangi risiko. Kontrol tersebut haruslah efektif, relevan, dan sesuai dengan batasan toleransi risiko dan tujuan perusahaan.

7. Informasi dan komunikasi

Dalam komponen ketujuh ini, perusahaan harus memiliki sistem informasi yang memadai guna untuk mendeteksi, mengumpulkan, dan menyampaikan informasi risiko kepada para investor yang membutuhkan informasi. Dengan adanya komunikasi yang baik mengenai risiko di antara divisi dan tingkatan dalam perusahaan juga penting untuk mendukung manajemen risiko yang efisien.

8. Pengawasan

Pada komponen yang terakhir ini, perlu diketahui bahwa ERM merupakan proses yang berkelanjutan sehingga perusahaan perlu untuk terus mengawasi dan meninjau efektivitas kerja ERM secara berkala. Hal ini meliputi evaluasi dan peninjauan rutin terhadap komponen ERM untuk memastikan bahwa komponen tersebut tetap relevan dan efektif dalam menghadapi perubahan kondisi atau lingkungan.

Dengan memahami dan menerapkan delapan komponen ini, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola risiko dengan lebih proaktif dan strategis, sehingga dapat digunakan untuk mendukung pencapaian tujuan bisnis dan strategis perusahaan. Maka dari itu, ERM diukur dengan menjumlahkan item-item yang diungkapkan oleh perusahaan yang kemudian dibagi dengan 108 item pengungkapan ERM. Dari 108 item pengungkapan ERM tersebut sudah mencakup delapan komponen kerangka kerja ERM. Dalam penghitungannya, setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan akan diberi nilai 1, sementara item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan akan diberi nilai 0. Sehingga item-item yang diungkapkan akan dijumlahkan semua lalu dibagi 108 item, yang mana hasilnya akan diperoleh persentase.

2.4. Ukuran Perusahaan

2.4.1. Definisi Ukuran Perusahaan

Sebelum memahami konsep ukuran perusahaan secara keseluruhan, peneliti akan mengungkapkan definisi dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berdasarkan berbagai faktor, antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Basyaib, 2007). Ukuran perusahaan dapat menggambarkan skala aset yang dimiliki oleh perusahaan (Nyoman et al., 2014). Berdasarkan kedua definisi yang tertera di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dihitung berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan begitu, total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat mencerminkan ukuran suatu

perusahaan. Sehingga dapat diketahui bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya aset yang dimiliki oleh perusahaan.

2.4.3. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran ukuran perusahaan dapat menggunakan *firm size* (ukuran perusahaan) yang didapatkan melalui penghitungan nilai logaritma natural dari total aset suatu perusahaan (Hartono, 2015). Dengan menggunakan logaritma natural, jumlah aset bernilai ratusan miliar atau bahkan triliun dapat disederhanakan tanpa mengubah proporsi asli dari jumlah aset tersebut. Untuk itu, yang perlu dipersiapkan untuk menghitung ukuran perusahaan hanyalah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Setelahnya hanya perlu dihitung menggunakan logaritma natural yang membantu untuk memperoleh hasilnya.

2.5. Profitabilitas

2.5.1. Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu, yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat penjualan, aset, serta modal perusahaan (Sartono, 2010). Rasio profitabilitas adalah ukuran efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat beroperasi secara efisien dengan uang yang digunakan (Irawati, 2006). Berdasarkan kedua definisi di atas, dapat disimpulkan profitabilitas adalah ukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Sehingga profit yang tinggi akan menggambarkan bahwa manajemen mampu mengelola perusahaan dengan baik. Dengan begitu, perusahaan dianggap mampu mengindikasikan bahwa perusahaan

memiliki prospek yang bagus sehingga dapat mendorong minat investor untuk meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan.

2.5.2. Pengukuran Profitabilitas

Terdapat 3 pengukuran yang digunakan dalam mengukur profitabilitas antara lain *profit margin*, *Return on Equity* (ROE), dan *Return on Asset* (ROA) (Hanafi & Halim, 2007). Berdasarkan 3 pengukuran yang ada untuk menghitung profitabilitas, penelitian ini memilih ROA. Alasannya karena para investor berinvestasi di perusahaan untuk mendapatkan return. Semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Setyani A. Y., 2018). Maka untuk mendapatkan return tersebut digunakanlah ROA sebagai proksi perhitungannya. ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba dari total aset yang tersedia dan dari total dana yang di investasikan. Untuk memperoleh persentasenya, maka laba bersih perusahaan dibagi dengan total aset dan dikalikan 100%. Oleh karena itu, semakin tinggi persentase ROA menunjukkan kinerja yang lebih baik, karena tingkat pengembalian atas investasi juga meningkat.

2.6. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan ringkasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan:

Penelitian pertama dilakukan oleh Syafitri et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Enterprise Risk Management (ERM)*, Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di

BEI pada tahun 2017-2019 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ramdhonah et al. (2019) dengan judul “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2017 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Arifah & Wirajaya (2018) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan ERM terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas sebagai Variabel Kontrol”. Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor *property, real estate*, dan konstruksi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan ERM berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Muslih & Amin (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2021 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kelima dilakukan oleh Santoso & Junaeni (2022) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan

Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2018 – 2020 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keenam dilakukan oleh Devi et al. (2017) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management dan Pengungkapan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan perusahaan non-Kuangan yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2010-2014 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ERM dan IC berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Wulandari & Efendi (2022) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian ini menggunakan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2018-2020 sebagai objeknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
1.	Syafitri et al. (2023)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Pengungkapan ERM	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019	1. ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2.	Ramdhonah et al. (2019)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2017	1. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3.	Arifah & Wirajaya (2018)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Pengungkapan ERM Variabel Kontrol: Ukuran	Perusahaan sektor <i>property, real estate</i> , dan konstruksi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016	1. Pengungkapan ERM berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

No	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
		Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas		
4.	Muslih & Amin (2018)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5.	Santoso & Junaeni (2022)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan	Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2018 – 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 4. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 5. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

No	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
6.	Devi et al. (2017)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Pengungkapan ERM, Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> (IC)	Perusahaan non-Keuangan yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2010-2014	1. ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. IC berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Wulandari & Efendi (2022)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): Profitabilitas Variabel Moderasi: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2018-2020	1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 2. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh ERM terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal disini membantu manajemen untuk berusaha mengungkapkan informasi penting yang dapat digunakan investor sebagai bahan pertimbangan untuk berinvestasi di perusahaan, apalagi jika informasi yang diberikan tersebut merupakan suatu berita baik (*good news*). Hal tersebut menjadi sinyal positif bagi para investor sehingga memudahkan investor melihat seberapa berisiko perusahaan

tersebut. Sehingga dengan adanya respon positif dari para investor terkait berita baik tersebut, maka akan mampu mendorong semakin tingginya nilai perusahaan.

Dengan begitu teori ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Arifah & Wirajaya (2018) yang menyatakan bahwa ERM berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafitri et al. (2023) yang menyatakan bahwa ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga adanya pengungkapan ERM dapat menjadi informasi baik bagi pengelolaan risiko yang dilakukan oleh perusahaan dan dapat mengungkapkan dampaknya terhadap masa depan perusahaan. ERM sendiri memiliki peran penting dalam suatu perusahaan yakni untuk menjaga stabilitas perusahaan. Tingkat ERM yang tinggi mencerminkan manajemen risiko perusahaan yang baik dan memastikan pengendalian internal perusahaan yang kuat. Pengungkapan ERM yang berkualitas tinggi dapat memberikan dampak positif pada persepsi pasar. Persepsi positif ini mendorong para pelaku pasar untuk menilai perusahaan dengan harga yang tinggi, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan teori yang ada dan didukung oleh hasil penelitian Syafitri et al. (2023) maka ERM yang tinggi akan menghasilkan respon pasar yang tinggi pula. Sehingga dengan tingginya respon pasar akan membuat harga saham perusahaan menjadi tinggi. Sejalan dengan tingginya harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan tinggi dan meningkat. Dengan begitu, penelitian ini akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A1} = ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.7.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dengan adanya teori sinyal, perusahaan akan berusaha untuk memberikan informasi terkait dengan laporan keuangan perusahaan yang meliputi ukuran pendapatan, total aset, dan total modal. Sehingga akan mengurangi adanya asimetri informasi dengan pihak investor yang ingin berinvestasi dengan perusahaan tersebut serta memudahkan para investor untuk menilai perusahaan sebelum berinvestasi pada perusahaan tersebut. Diharapkan dengan diungkapkannya informasi-informasi penting yang dapat digunakan untuk melihat ukuran suatu perusahaan, informasi tersebut dapat menjadi sinyal positif yang dapat membantu dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Tak hanya dengan adanya teori sinyal, tetapi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah et al. (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Muslih & Amin (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Junaeni (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan begitu, dapat diartikan bahwa seberapa besar ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki. Perusahaan dengan ukuran besar diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaannya karena cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik. Hal ini menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Sehingga harga saham perusahaan akan naik di

pasar modal. Dengan naiknya harga saham perusahaan, maka akan mencerminkan pula nilai perusahaan yang semakin meningkat dan lebih baik.

Berdasarkan teori yang ada dan didukung oleh hasil penelitian Muslih & Amin (2018) maka ukuran perusahaan yang tinggi akan menghasilkan respon pasar yang tinggi pula. Sehingga dengan tingginya respon pasar akan membuat harga saham perusahaan menjadi tinggi. Sejalan dengan tingginya harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan tinggi dan meningkat. Dengan begitu, penelitian ini akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A2} = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.7.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, dengan tingginya profit suatu perusahaan pada akhirnya akan menimbulkan sinyal positif bagi para investor. Hal ini dikarenakan teori sinyal diharapkan mampu memberikan informasi penting yang diungkapkan oleh perusahaan kepada para investor guna mengambil keputusan investasi yang tepat. Sehingga tingkat profitabilitas yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan di mata para investor. Tak hanya itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan akan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik.

Dengan begitu, teori sinyal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah et al. (2019) serta Muslih & Amin (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Efendi (2022) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, yang akan menarik minat

investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Permintaan saham yang meningkat akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan profitabilitas berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga hal tersebut yang akan mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan profitabilitasnya

Berdasarkan teori yang ada dan didukung oleh hasil penelitian Ramdhonah et al. (2019) serta Muslih & Amin (2018) maka profitabilitas yang tinggi akan menghasilkan respon pasar yang tinggi pula. Sehingga dengan tingginya respon pasar akan membuat harga saham perusahaan menjadi tinggi. Sejalan dengan tingginya harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan tinggi dan meningkat. Dengan begitu, penelitian ini akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A3} = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.