

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdirinya suatu perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas. Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapat keuntungan yang maksimal, ingin memakmurkan pemilik perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat dilihat melalui pergerakan harga saham perusahaan (Astuti, 2019).

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Investor yang berinvestasi dana mereka di pasar modal tidak hanya memiliki tujuan jangka pendek, tetapi juga memperoleh pendapatan jangka panjang. Investor harus memanfaatkan semua informasi untuk menganalisis pasar dan berinvestasi dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan (Sihombing, 2020). Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya (Muzdalifah dan Soekotjo, 2018).

Menurut Dwiastuti dan Dillak (2019), nilai perusahaan dijadikan alat untuk mempengaruhi perspektif investor terhadap perusahaan, karena nilai perusahaan dipandang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya. Semakin tinggi atau meningkat nilai perusahaan, maka investor akan beranggapan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga para investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Setiap perusahaan mengharapkan agar nilai perusahaannya terus meningkat dan mengupayakan peningkatan tersebut agar kinerja perusahaan dapat dinilai baik oleh pemilik dan pihak luar yang berkepentingan dengan perusahaan, namun pada kenyataannya tidak semua perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaannya secara cepat, karena realitanya masih banyak perusahaan yang terus menurun yang tergambarkan dari turunnya harga saham setiap tahunnya.

Nilai perusahaan menggambarkan tingkat kesejahteraan pemegang saham. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV), yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Semakin tinggi *Price Book Value* menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi merupakan tujuan utama dari perusahaan (Sihombing, 2020). PBV dapat menjadi gambaran sebesar apa pasar menghargai nilai buku saham dalam suatu perusahaan dapat dikatakan bahwa apabila PBV tinggi, berarti kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut juga tinggi (Ali dan Faroji, 2021).

Berikut ini beberapa data nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2021.

Tabel 1. 1
Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV)
Perusahaan Telekomunikasi

No	Kode Perusahaan	Tahun			Rata-rata perusahaan
		2019	2020	2021	
1.	TLKM	3,95	3,20	3,29	3,48
2.	EXCL	1,76	1,53	1,69	1,66
3.	ISAT	1,24	2,31	3,67	2,41
4.	FREN	2,36	1,43	2,12	1,97
5.	JAST	13,14	3,67	3,67	6,83
6.	TBIG	5,58	4,24	7,21	5,68
7.	CENT	0,76	1,79	3,26	1,94
8.	BALI	2,26	1,44	1,46	1,72
9.	TOWR	4,71	4,82	4,77	4,77
10.	GHON	1,51	1,45	1,83	1,60
11.	OASA	3,24	2,84	6,35	4,14
12.	GOLD	0,96	0,95	1,57	1,16
13.	KBLV	0,25	0,37	1,11	0,58
14.	LINK	2,43	1,49	2,18	2,03
15.	IBST	1,52	1,58	1,20	1,43
16.	SUPR	1,25	1,28	6,30	2,94
17.	BTEL	0,12	0,16	0,32	0,20
Rata-rata		2,77	2,03	3,06	

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan sebuah fenomena nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 mengalami fluktuasi. Pada tabel rata-rata nilai perusahaan dalam 3 tahun yang menduduki posisi tertinggi adalah PT. Jasnita Telekomindo Tbk (JAST) dan perusahaan yang memiliki rata-rata terendah adalah PT. Bakrie Telecom Tbk (BTEL). Dari data tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2020 nilai

perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,74 dari tahun 2019 dengan rata-rata nilai perusahaan sebesar 2,77 turun menjadi 2,03. Kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 1,03 dimana rata-rata nilai perusahaan pada tahun tersebut adalah 2,03 naik menjadi 3,06.

Penggunaan perusahaan telekomunikasi mengacu pada pernyataan bahwa diantara sektor-sektor industri lainnya di Indonesia, sektor telekomunikasi merupakan sektor yang pertumbuhannya paling dinamis, karena semua perusahaan dituntut untuk dapat menggunakan teknologi yang semakin tahun semakin berkembang untuk mendistribusikan produknya agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya dan menjadi salah satu perusahaan *go public* yang memiliki persaingan cukup ketat membuat setiap perusahaan semakin berusaha meningkatkan kinerjanya untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan yang bisa dialami perusahaan. Perdagangan sekuritas perusahaan telekomunikasi menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan. Hal ini disebabkan oleh perkembangan arus informasi yang bertambah pesat, sehingga dibutuhkan jasa telekomunikasi untuk mengakomodasi hal tersebut. Dengan demikian, banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi beroperasi di Indonesia. Banyaknya investor yang tertarik untuk memilih menanamkan modal atau berinvestasi dalam sekuritas perusahaan jasa telekomunikasi. Hal ini ditunjukkan dengan pergerakan harga saham yang stabil pada perusahaan jasa telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting untuk dijadikan sebuah evaluasi dan penilaian dalam keputusan investasi baik bagi investor, kreditur maupun *stakeholder* (Riny, 2018).

Beberapa penelitian sebelumnya terdapat *research gap*, terlihat pada hasil penelitian yang menyatakan ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian lainnya menyatakan ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikatakan penelitian memiliki hasil yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas.

Faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi tiga kategori yaitu, perusahaan skala besar, perusahaan skala menengah, dan perusahaan skala kecil. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan. Perusahaan besar cenderung memiliki banyak resiko yang harus dihadapi. Hal tersebut membuat perusahaan besar terlatih dalam menghadapi resiko sehingga perusahaan besar memiliki beberapa strategi dalam menghadapi resiko.

Kelebihan yang dimiliki perusahaan besar tersebut menarik minat investor untuk berinvestasi karena dianggap sebagai prospek yang baik pada perusahaan (Irawan dan Kusuma, 2019).

Beberapa hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hasil yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Priyatama dan Pratini (2021) dan (Irawati, *et al.*, 2022) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani dan Jonnardi (2021) dan (Ramdhonah *et al.*, 2019) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang memengaruhi nilai perusahaan selanjutnya adalah struktur modal. Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Setiawan, *et al.*, 2021). Manfaat dari peningkatan utang masih lebih besar dari pengorbanan yang dikeluarkan sehingga secara langsung manfaat penggunaan utang tersebut meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena peningkatan jumlah utang yang disebabkan oleh manajemen perusahaan yang menggunakan utang untuk ekspansi usaha dari perusahaan.

Dalam beberapa hasil penelitian sebelumnya mengenai struktur modal masih terdapat kesenjangan hasil atau perbedaan hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Nopianti dan Suparno (2021) dan (Isnaenie *et al.*, 2021) menyatakan bahwa struktur modal mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Wahyuni dan

Purwaningsih (2021), (Irawati *et al.*, 2022), dan Kadafi (2020) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Faktor lainnya yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dan penting bagi perusahaan guna untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Kinerja suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika memiliki profitabilitas yang tinggi. Tingginya profitabilitas menunjukkan suatu perusahaan akan menghasilkan keuntungan yang besar sehingga akan menambah kepercayaan bagi para investor (Faradilla dan Agustin, 2021). Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Profitabilitas yang lebih tinggi dapat menyebabkan peningkatan harga saham perusahaan. Harga saham yang lebih tinggi memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang lebih tinggi pula (Ramdhonah, *et al.*, 2019).

Beberapa penelitian menunjukkan profitabilitas memiliki hasil yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhonah *et al.*, 2019) dan (Isnaeni *et al.*, 2021), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muzdalifah dan Soekotjo (2018) dan Kadafi (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?
- 2) Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai dari suatu perusahaan dan dapat memberikan *research gap* untuk penelitian selanjutnya, khususnya pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membantu investor untuk lebih selektif dalam memilih perusahaan yang dijadikan tujuan untuk berinvestasi dan mempertimbangkan terlebih dahulu faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan, supaya di masa yang akan datang para calon investor nantinya akan memperoleh *return* sesuai yang diharapkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menurut Brigham dan Houston (2010:185), adalah sebuah aktivitas atau tindakan yang dilakukan perusahaan guna memberikan petunjuk mengenai pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bahwa laporan keuangan digunakan untuk memberi sinyal positif (*good news*) dan sinyal negatif (*bad news*).

Menurut Widiastari dan Yasa (2018), teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan didorong untuk dapat memberikan informasi laporan keuangannya kepada pihak eksternal (investor dan kreditor) untuk mencegah ataupun mengurangi terjadinya asimetri informasi. Sinyal atau isyarat tersebut dijadikan sebagai petunjuk untuk investor sebelum melakukan investasi mengenai keadaan perusahaan. Sinyal-sinyal tersebut dapat berupa informasi atau laporan mengenai kinerja atau kegiatan manajemen yang telah dilakukan guna merealisasikan keinginan pemegang saham (Nugraheni dan Mertha, 2019).

2.1.2 Nilai Perusahaan

Menurut Dewi dan Sujana (2019), nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga nilai perusahaan sangat penting dalam mengukur kinerja perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi para calon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Lumoly *et al.*, 2018).

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Investor yang berinvestasi dana mereka di pasar modal tidak hanya memiliki tujuan jangka pendek, tetapi juga memperoleh pendapatan jangka panjang. Investor harus memanfaatkan semua informasi untuk menganalisis pasar dan berinvestasi dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV), yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Semakin tinggi *Price Book Value* menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi merupakan tujuan utama dari perusahaan (Sihombing, 2020).

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Yuliani dan Jonnardi (2021), ukuran perusahaan merupakan gambaran mengenai besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan jumlah total aset, jumlah penjualan dan jumlah rata-rata total penjualan bersih perusahaan. Secara umum ukuran perusahaan diukur berdasarkan jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan, karena jumlahnya relatif lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah *SIZE*. Menurut Nugraha (2019) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar ataupun perusahaan kecil menurut berbagai cara (seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan).

Ukuran perusahaan juga menjadi variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Lumoly *et al.*, 2018).

2.1.4 Struktur Modal

Menurut Setiawan, *et al.*, (2021), struktur modal perusahaan adalah pembiayaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham preferen, dan modal pemegang saham. Struktur modal suatu perusahaan hanya merupakan sebagian dari struktur keuangannya. Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Semakin tinggi DER maka menunjukkan komposisi total hutang (jangka pendek dan jangka panjang) semakin besar dibandingkan dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur). Strategi pendanaan yang dimiliki sebuah perusahaan dalam menetapkan bauran hutang dan ekuitas dengan tujuan bisa meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaannya. Sumber pendanaan yang digunakan tersebut berasal dari eksternal dan internal perusahaan.

Struktur modal dapat diukur dari rasio perbandingan antara total utang terhadap modal sendiri yang biasa disebut *Debt to Equity Ratio* (DER). DER dapat menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan. Besarnya struktur modal merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai dampak langsung terhadap posisi finansial perusahaan yang pada akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan (Pohan *et al.*, 2020).

2.1.5 Profitabilitas

Menurut Yuliani dan Jonnardi (2021), profitabilitas merupakan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi operasional perusahaan. Selain itu profitabilitas juga dapat mencerminkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka prospek perusahaan tersebut akan dinilai baik oleh investor. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi akan menjadi sinyal positif bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan dapat memenuhi kewajiban untuk membayarkan dividen kepada para pemegang saham perusahaan. Investor tentunya akan mengharapkan return yang sesuai dengan kompensasi atau risiko yang diambil apabila menanamkan modalnya di suatu perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Asset* (ROA)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam operasionalnya untuk memperoleh keuntungan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan menjadi salah satu faktor penilaian perusahaan. Investor akan menilai perusahaan secara positif apabila ratio profitabilitas menunjukkan kenaikan. Selain itu dengan profitabilitas yang baik maka perusahaan akan memiliki kemampuan membagikan dividen yang lebih besar kepada para pemegang saham sehingga akan berdampak positif terhadap kepercayaan mereka dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan (Pohan, *et al.*, 2020).

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Muzdalifah dan Soekotjo (2018) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2011-2016 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- 2) Ramdhonah, *et al.*, (2019) dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2011-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 3) Yanti dan Darmayanti (2019) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

- 4) Kadafi (2020) dengan judul Analisis Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya Pada Periode 2013-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- 5) Yuliani dan Jonnardi (2021) dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan.
- 6) Wahyuni dan Purwaningsih (2021) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Keluarga di BEI Tahun 2016-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- 7) Priyatama dan Pratini (2021) dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi di BEI Periode 2015-2018). Hasil penelitian menunjukkan

bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

- 8) Isnaenie, *et al.*, (2021) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Komersial Syariah Periode 2015-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 9) Nopianti dan Suparno (2021) dengan judul Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 10) Irawati, *et al.*, (2022) dengan judul Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Kasus pada Perusahaan di BEI Sektor Industri *Food and Beverages*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

BAB III

KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

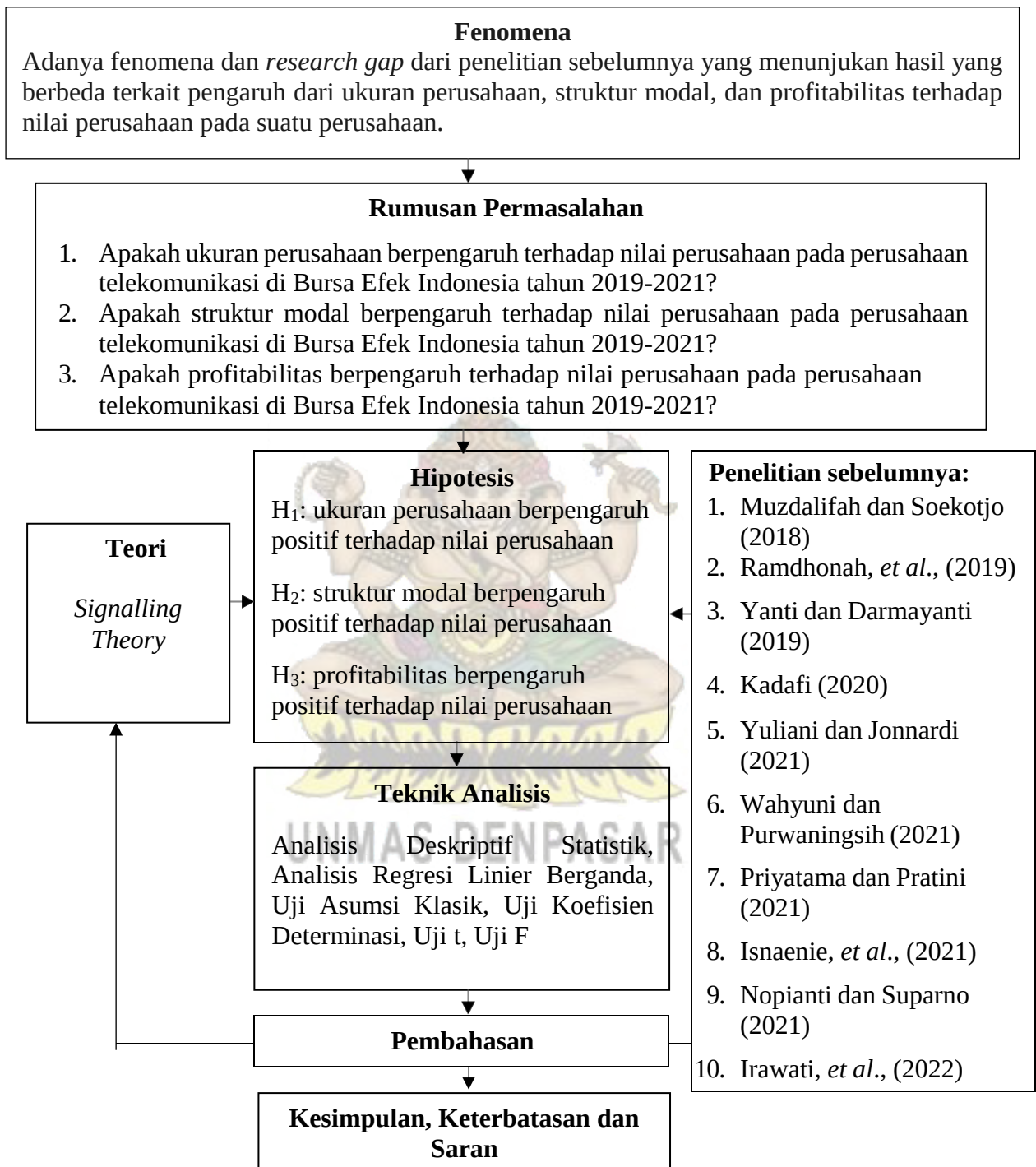
3.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Fenomena dalam penelitian ini adalah terjadinya peningkatan dan penurunan nilai perusahaan pada beberapa perusahaan telekomunikasi di BEI tahun 2019-2021.

Teori dalam penelitian ini adalah teori sinyal. Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bahwa laporan keuangan digunakan untuk memberi sinyal positif (*good news*) dan sinyal negatif (*bad news*). Sinyal-sinyal tersebut dapat berupa informasi atau laporan mengenai kinerja atau kegiatan manajemen yang telah dilakukan guna merealisasikan keinginan pemegang saham (Nugraheni dan Mertha, 2019).

Berdasarkan pemaparan teoritis diatas, maka model kerangka berpikir yang dibangun seperti pada gambar 3.1 yang menjelaskan kerangka pemikiran dari gambaran pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021.

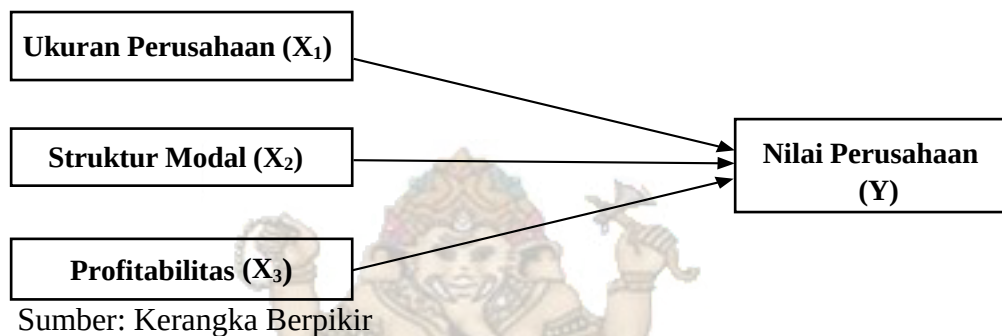
Gambar 3. 1
Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti (2022)

Pada model penelitian menunjukkan hubungan antar variabel independen diantaranya ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hubungan tersebut dapat dijelaskan dalam gambar 3.2 berikut ini.

Gambar 3. 2
Kerangka Konseptual



3.2 Rumusan Hipotesis

3.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar ataupun perusahaan kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan (Nugraha, 2019). Berdasarkan penelitian (Irawati, *et al.*, 2022) dan (Isnaenie, *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan dan semakin besar asset, diharapkan semakin besar hasil operasional

perusahaan. Peningkatan asset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan, maka proporsi utang lebih besar daripada modal sendiri. Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3.2.2 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian Muzdalifah dan Soekotjo (2018) dan (Ramdhonah, *et al.*, 2019) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar struktur modal maka nilai perusahaan juga semakin baik. Struktur modal merupakan proporsi kebutuhan belanja perusahaan dengan sumber pendanaan jangka panjang yang berasal dari dana eksternal. Apabila dengan adanya pendanaan tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan sehingga dapat menghasilkan laba yang relatif tinggi maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan (Astakoni, *et al.*, 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba dan nilai bagi pemegang saham (Wahyuni dan Purwaningsih, 2021). Berdasarkan penelitian Nopianti dan Suparno (2021) dan (Ramdhonah, *et al.*, 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas menjadi penting bagi upaya pencapaian tujuan perusahaan. Suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan, tanpa keuntungan akan sulit bagi perusahaan menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya dalam saham perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam suatu periode mencerminkan kemampuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham. Tingkat profitabilitas menjadi sinyal positif bagi investor dalam memprediksi nilai perusahaan (Astakoni, *et al.*, 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.