

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi membahas tentang keterkaitan konflik antara pemilik dan manajer, sebagai entitas utama (Jensen & Meckling, 1976). Teori agensi menegaskan bahwa pemisahan peran sebagai pemilik dan manajer dan menganggap bahwa pemilik memberikan wewenang kepada manajer dengan harapan manajer akan melakukan kegiatan yang sesuai dengan kepentingan pihak yang memberikan tugas (Rose, 1973). Apabila ada kepentingan kedua pihak tidak berjalan sebagaimana mestinya, masalah agensi biasanya muncul karena berkurangnya informasi yang tersedia untuk pemilik sebagai penilaian perilaku manajer dengan benar.

Menurut Octalinna dan Rahayuningsih (2013); Yoanita & Khairunnisa (2021), mengatakan bahwa harus adanya pemisahan kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agen*), karena kedua belah pihak memiliki tujuan yang berbeda. Pemilik (*principal*) memiliki tujuan untuk mencapai pengembalian investasi yang maksimal, sedangkan manajer (*agen*) berusaha untuk mendapatkan imbalan berdasarkan kinerja usaha yang mereka jalankan dalam mengelola perusahaan.

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap perusahaan terkait harga saham. Nilai perusahaan merupakan tolak ukur seberapa pentingnya sebuah

perusahaan menurut para pelanggannya, dan hal lain yang dipertimbangkan oleh investor saat akan melakukan investasi. Ketika sebuah bisnis berhasil menghasilkan laba atau keuntungan, maka nilai perusahaannya akan meningkat. Nilai tingginya perusahaan menunjukkan bahwa pemegang saham menghasilkan keuntungan, yang membuat pasar percaya pada kinerja dan prospek masa depan perusahaan (Suffah & Riduwan, 2016). Profitabilitas perusahaan menentukan kesejahteraan pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus berani bersaing untuk meningkatkan nilai perusahaan tiap tahunnya karena apabila tidak terjadi peningkatan, maka perusahaan akan mengalami kerugian (Wiratno & Yustrianthe, 2017). Tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dapat dilihat melalui nominal harga saham yang diperjualbelikan di pasar saham.

Nilai perusahaan diukur berdasarkan kinerja keuangan dan menunjukkan bahwa seberapa baik atau buruknya manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Hendrawati, 2020). Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, setiap tahun wajib untuk mempublikasikan laporan keuangannya. Nilai perusahaan di pasar bursa dapat menggambarkan ketertarikan masyarakat terhadap perusahaan. Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham. Oleh karena itu, harga saham pasar di bursa saham adalah harga setiap lembar saham perusahaan yang investor bersedia untuk membayar (Wiratno & Yustrianthe, 2017).

2.2.2 Manfaat Nilai Perusahaan

Berikut beberapa manfaat dari nilai perusahaan:

1. Menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai (Brigham & Houston).
2. Menunjukkan persepsi pasar terhadap prospek perusahaan (Weston & Brigham).
3. Dipakai sebagai dasar keputusan investasi dan pendanaan (Copeland & Weston).
4. Mengukur kesehatan finansial dan prospek jangka panjang perusahaan (Keown *et al.*).
5. Mencerminkan daya saing dan reputasi perusahaan di pasar modal (Van Horne & Wachowicz).
6. Menjadi ukuran hubungan antara risiko, *return*, dan struktur modal (Fama & French).

2.2.3 Jenis-Jenis Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham (nilai saham), maka nilai perusahaan akan maksimum. Dengan meningkatnya kemakmuran nilai perusahaan atau pemegang saham perusahaan, berarti perusahaan dikatakan berhasil. Terdapat beberapa jenis nilai perusahaan (Gitman, 2003) sebagai berikut:

1. Nilai Likuiditas (*Liquidation Value*) adalah jumlah uang yang dapat direalisasikan jika sebuah aktiva atau sekelompok aktiva dijual secara terpisah dari organisasi yang menjalankannya.

2. Nilai kelangsungan usaha adalah nilai perusahaan jika dijual sebagai operasi usaha yang berlanjut.
3. Nilai Buku (*Book Value*) suatu perusahaan adalah total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen.
4. Nilai Pasar (*Market Value*) adalah harga pasar yang digunakan untuk memperdagangkan aktiva.
5. Nilai Intrinsik (*Intrinsic Value*) adalah harga saham-saham yang berdasarkan pada faktor yang dapat memengaruhi penilaian.

2.2.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan investasi karena mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola aset dan menghasilkan *return*. Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi investor dan terpenuhinya kesejahteraan para investor mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dari return saham, karena tujuan investor berinvestasi adalah untuk mendapatkan keuntungan atau pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu (Prasetia et al, 2014; Ananda & Lisiantara, 2022). Nilai perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:

1. Tobin's Q (*Q Ratio*)

Tobin's Q adalah rasio yang membandingkan nilai pasar dengan nilai penggantian asetnya. Rasio ini digunakan untuk melihat apakah pasar menilai

perusahaan lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan nilai buku aset yang dimiliki. Tobin's Q mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan menciptakan nilai tambah bagi investor. Jika nilai pasar lebih besar dari nilai buku aset, berarti perusahaan dianggap memiliki prospek dan kinerja yang baik.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai Pasar Saham Biasa} + \text{Nilai Buku Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Interpretasi:

- $Q > 1$: pasar menilai perusahaan lebih tinggi dari nilai asetnya, perusahaan dianggap memiliki peluang pertumbuhan dan manajemen efektif.
- $Q = 1$: nilai pasar seimbang dengan nilai aset
- $Q < 1$: perusahaan dianggap *undervalued*, pasar menilai perusahaan kurang baik.

2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per saham (*book value*). Perusahaan yang memiliki manajemen yang baik diharapkan nilai *Price to Book Value* dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku, dan jika nilai *Price to Book Value* di bawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah daripada nilai bukunya. *Price to Book Value* (PBV) dihitung dengan membandingkan antara harga saham dengan nilai bukunya.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Interpretasi:

- $PBV > 1$: pasar menilai aset perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya, perusahaan dianggap berkinerja baik
- $PBV < 1$: pasar menilai perusahaan *undervalued*
- PBV tinggi: investor optimis terhadap pertumbuhan perusahaan

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang membandingkan harga saham dengan laba per saham. Rasio ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko, semakin tinggi faktor diskonto, dan semakin rendah rasio PER.

$$PER = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

2.3 Asimetri Informasi

Asimetri informasi merupakan suatu kondisi di mana satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak lain. Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan mendatang, dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham) (Lisa, 2012).

Asimetri informasi sangat berpengaruh dalam akuntansi yang diterapkan dalam perusahaan. Asimetri informasi dapat terjadi karena manajer lebih banyak mengetahui tentang informasi akuntabilitas perusahaan dibandingkan dengan pihak lain, yaitu pemilik perusahaan atau pemegang saham. Terjadinya asimetri informasi

antara manajer dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham ini memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak memperoleh keuntungan pribadi. Asimetri informasi ini sangat besar pengaruhnya terhadap akuntabilitas perusahaan (Lisa, 2012). Akuntabilitas perusahaan sangat penting untuk meningkatkan nilai perusahaan di mana investor dapat menganalisis kondisi perusahaan melalui laporan keuangan.

2.3.1 Jenis-Jenis Asimetri Informasi

Asimetri informasi dibagi menjadi dua jenis berdasarkan bagaimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih unggul daripada pihak lainnya. Menurut Scott (2009), dua jenis asimetri informasi yaitu:

1. *Adverse Selection*, adalah jenis informasi yang diperoleh di mana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial memiliki keunggulan informasi melalui pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak internal lainnya yang mengetahui kondisi terkini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor sebagai pihak luar.
2. *Moral Hazard* merupakan jenis informasi dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial, dapat mengamati tindakan mereka dalam pemenuhan transaksi tetapi pihak lain tidak bisa. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

2.3.2 Indikator Asimetri Informasi

Glosten dan Milgrom (1985), Easley dan O'Hara (1987), serta Callahan et al. (1997) telah mengembangkan model teoritis yang menghubungkan asimetri informasi dengan *bid-ask spread*. Menurut Rahmawati et al. (2006), bahwa *bid-ask spread* dapat digunakan sebagai indikator asimetri informasi. Selain menggunakan indikator tersebut, menurut Wasilah (dalam Restuwulan, 2013) estimasi asimetri informasi juga dapat dilakukan berdasarkan tiga pendekatan utama, yaitu:

1. Berdasarkan *analyst forecast*, adalah perkiraan mengenai kinerja masa depan perusahaan berdasarkan analisis laporan keuangan, kondisi industri, serta informasi publik lainnya. Biasanya digunakan untuk menilai tingkat keterbukaan informasi perusahaan, serta seberapa besar perbedaan informasi antara manajemen dan investor. Ada beberapa indikator *analyst forecast* dalam pengukuran asimetri informasi, yaitu *forecast error* (FE), *forecast dispersion* (DISP), dan *analyst coverage*.
2. Berdasarkan kesempatan berinvestasi. Ada beberapa indikator yang banyak digunakan adalah rasio *market value to book value* dari ekuitas, *market to book value* dari aset, *price earnings ratio*.
3. Berdasarkan teori *market microstructure*, membahas bagaimana proses perdagangan, perilaku pelaku pasar, dan mekanisme pasar memengaruhi harga saham ketika sebagian pelaku memiliki informasi lebih banyak dibandingkan yang lainnya.

2.4 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019), profitabilitas merupakan salah satu rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Selain itu, rasio ini menunjukkan tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan, yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari pendapatan investasi maupun penjualan. Sedangkan menurut Riyanto (2013), menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama suatu periode tertentu. Secara keseluruhan profitabilitas digunakan untuk mengukur semua produktivitas dan kinerja perusahaan yang hasil akhirnya menunjukkan efisiensi dan efektivitas perusahaan.

Profitabilitas mampu mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh investor atas investasi yang akan dilakukan. Dengan kemampuan perusahaan mampu menghasilkan laba, maka akan dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modal di perusahaan dan akan menyebabkan meningkatnya harga saham perusahaan di Bursa. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi nilai perusahaan (Kurniawan & Ardiansyah, 2020).

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba setiap tahunnya pada tingkat penjualannya. Oleh karena itu Profitabilitas di perkirakan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas juga untuk membuktikan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengembangkan keuntungan dan kinerja perusahaan. Profitabilitas akan menunjukan keseimbangan pendapatan serta kapabilitasnya dalam menghasilkan laba dalam

berbagai operasinya. Maka dari itu profitabilitas mampu memperlihatkan efektifitasnya terhadap keberhasilan manajemen perusahaan secara menyeluruh. Jika sebuah perusahaan tidak bisa menghasilkan profitabilitas yang cukup, maka perusahaan tersebut tidak mampu mengembangkan perusahaannya dan kinerja perusahaan tersebut akan menurun. Profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan tetapi hasil penelitiannya masih tidak konsisten (Putri & Muslichah, 2023).

Munawir (2010) mengemukakan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif. Dengan demikian, profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Rumus yang dapat digunakan dalam hal tersebut adalah:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2.5 Leverage

Leverage mengukur sejauh mana suatu perusahaan bergantung pada kreditur untuk membiayai aset perusahaan dengan membandingkan modal yang diterima dari luar perusahaan atau pihak luar terhadap ekuitas perusahaan. *Leverage* juga

memberikan gambaran umum tentang struktur modal perusahaan untuk melihat tingkat risiko tidak tertagihnya hutang (Dandaru, 2024). *Leverage* merupakan sumber dana yang digunakan oleh perusahaan dari pemodal saham untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Dana dari pemodal tersebut, dapat menimbulkan bunga yang dapat menjadi beban keuangan bagi perusahaan tersebut. Perusahaan dengan utang besar akan menimbulkan risiko bagi perusahaan, dimana investor tidak tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dengan modal yang dimilikinya. Dengan demikian, *Leverage* akan menjadi salah satu pertimbangan bagi investor untuk menginvestasikan modalnya pada suatu perusahaan (Khairunnisa & Nazir, 2022).

Leverage merupakan alat untuk mengukur peningkatan modal perusahaan yang di biayai oleh hutang dan dibandingkan dengan total hutang pada seluruh aset perusahaan. *Leverage* juga dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar leverage perusahaan maka perusahaan tersebut dengan mudanya mendapatkan sumber dana baik dari pihak internal maupun eksternal. *Leverage* juga dapat dijadikan alat untuk memperoleh modal dari para investor (Putri & Muslichah, 2022).

Menurut Anggita dan Andayani (2022), hutang yang lebih kecil daripada ekuitasnya dinilai kurang mampu untuk menghasilkan laba perusahaan dibandingkan penggunaan hutang yang lebih besar daripada dengan ekuitas perusahaan tersebut. Sehingga dapat dikatakan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi

akan mengupayakan untuk memiliki kinerja keuangan yang baik dan motivasi dalam meningkatkan laba perusahaan. *Leverage* adalah alat untuk mengukur peningkatan modal perusahaan yang di biayai oleh hutang dan dibandingkan dengan total hutang pada seluruh aset perusahaan. *Leverage* juga dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar *leverage* perusahaan maka perusahaan tersebut dengan mudanya mendapatkan sumber dana baik dari pihak internal maupun eksternal. *Leverage* juga dapat dijadikan alat untuk memperoleh modal dari para investor (Putri & Muslichah, 2023).

Menurut Himma (2022), *Leverage* mempunyai beberapa rumus pengukuran, diantaranya sebagai berikut:

1. *Debt to Assets Ratio* (DAR) Rasio Utang terhadap Aset

Rasio ini digunakan untuk menghitung atau mengukur kemampuan perusahaan yang mengandalkan utang untuk membiayai aset-asetnya. Seberapa besar utang perusahaan akan memengaruhi pengelolaan asetnya. Rumus untuk menghitungnya, dengan cara membagi total utang dengan total aset perusahaan.

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

Apabila nilai DAR semakin rendah, maka tingkat keamanan dana semakin baik. Serta pencatatan transaksi keuangannya akan terjaga dengan baik. Hal ini disebabkan oleh rasio utang yang menunjukkan bahwa seberapa besar utang yang sanggup ditutup oleh aset.

2. *Debt to Equity Ratio (DER) Rasio Utang terhadap Ekuitas*

DER merupakan rasio utang terhadap ekuitas. Rasio ini menunjukkan kerkaitan terhadap jumlah utang jangka panjang dengan jumlah modal yang dimiliki perusahaan. Rasio keuangan ini mencerminkan keseimbangan yang relatif antara utang dan ekuitas. Selain itu juga, rasio ini digunakan untuk membiayai operasional perusahaan. Berikut rumus untuk menghitung rasio ini, dengan menjumlahkan kewajiban utang dan membaginya dengan total ekuitas seperti berikut ini:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang Keseluruhan}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Jika nilai DER semakin rendah, maka keamanan keuangan suatu perusahaan semakin baik. Apabila nilai DER semakin tinggi, maka keamanan keuangan suatu perusahaan semakin buruk.

3. *Dept to Capital Ratio (DCR) Rasio Utang terhadap Modal*

Rasio ini merupakan rasio yang berfokus pada kewajiban utang sebagai bagian dasar total modal perusahaan. Selain utang jangka panjang, utang pada rasio ini mencakup semua kewajiban jangka pendek seperti modal yang termasuk dalam utang perusahaan dan ekuitas bagi para pemegang saham. Berikut rumus untuk menghitung rasio ini:

$$\text{DCR} = \frac{\text{Total Utang Saat Ini}}{\text{Total Utang} + \text{Total Ekuitas}}$$

Apabila suatu perusahaan sedang mengalami tingginya rasio utang terhadap modal dibanding dengan perusahaan lain, maka ini menunjukkan terjadinya

kegagalan risiko bayar yang tinggi. Oleh karena itu, utang tersebut dapat berdampak negatif terhadap operasional bisnis.

4. *Time Interest Earned* (TIE) Rasio Cakupan Bunga

Rasio ini berguna untuk menghitung besarnya laba operasi yang mampu digunakan untuk membayar bunga dari utang. Jika perusahaan sudah menghitung *Time Interest Earned* (TIE), maka perusahaan akan mengetahui berapa besarnya laba bersih yang dimiliki. Laba bersih ini disebut sebagai *Interest Coverage Ratio*. Rumus untuk menghitung rasio ini adalah sebagai berikut:

$$\text{TIE} = \frac{\text{Laba Operasi} + \text{Penyusutan}}{\text{Bunga Utang Jangka Panjang}}$$

5. *Tangible Assets Debt Coverage* (TAD Coverage) Rasio Solvabilitas

Perusahaan perlu menghitung besarnya asset tetap yang dapat digunakan untuk perusahaan untuk menjamin utang jangka panjang atau *Tangible Assets Debt Coverage* (TAD Coverage). Rumus untuk menghitung rasio ini adalah sebagai berikut:

$$\text{TAD Coverage} = \frac{\text{Jumlah Aktiva} + \text{Tangible Assets} + \text{Utang Lancar}}{\text{Utang Jangka Panjang}}$$

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian di bawah berhubungan dengan Asimetri Informasi terhadap Nilai Perusahaan dengan *Leverage* sebagai variabel moderasi. Hasil dari penelitian terdahulu akan dijadikan referensi dan bahan perbandingan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Tahun>Nama Penulis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan 2022/Ananda & Lisiantara	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : struktur modal X ₃ : ukuran perusahaan X ₄ : likuiditas X ₅ : kebijakan dividen	1. Profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2.	Pengaruh asimetri informasi, konsentrasi kepemilikan, manajemen laba dan pertumbuhan aset terhadap <i>cost of equity capital</i> pada perusahaan perkebunan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia 2022/Sutarman, Karamoy & Gamaliel	Y: <i>cost of equity capital</i> X ₁ : Asimetri Informasi X ₂ : konsentrasi kepemilikan X ₃ : manajemen laba X ₄ : pertumbuhan aset	1. Asimetri informasi berpengaruh dalam meningkatkan <i>cost of equity capital</i> 2. Konsentrasi kepemilikan, manajemen laba, dan pertumbuhan aset tidak berpengaruh dalam meningkatkan <i>cost of equity capital</i>
3.	Pengaruh profitabilitas dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan 2023/Kurniawati & Muslichah	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : <i>Leverage</i>	1. Menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4.	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan likuiditas terhadap nilai perusahaan 2020/Kurniawan & Ardiansyah	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : ukuran perusahaan X ₃ : <i>Leverage</i>	1. Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap

		X ₄ : likuiditas	nilai perusahaan
5.	Pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> , pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan 2024/Sunarya	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : <i>Leverage</i> X ₃ : pertumbuhan perusahaan X ₄ : ukuran perusahaan	1. Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6.	Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan 2023/Heliani, Fadhillah, & Riany	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : ukuran perusahaan X ₃ : <i>Leverage</i>	1. Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	Pengaruh <i>leverage</i> dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan pemoderasi umur perusahaan 2023/Nopianti, Komarudin & Triana	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : <i>leverage</i> X ₂ : likuiditas M: umur perusahaan	1. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. Umur perusahaan memoderasi hubungan antara <i>leverage</i> dan nilai perusahaan, tetapi tidak memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan
8.	Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan industri otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : struktur modal X ₂ : ukuran perusahaan X ₃ : profitabilitas	1. Struktur modal berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai

	2022/Iriyanti, Murni, & Untu		perusahaan 3. profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
9.	Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2019/Wijaya	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : pertumbuhan aset	1. likuiditas dan pertumbuhan aset perusahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
10.	Analisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan sector industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2023/Robbani, Hasbullah & Subartini	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : <i>leverage</i> X ₂ : profitabilitas M: kebijakan dividen	1. <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. kebijakan dividen tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas, <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan
11.	Faktor-faktor yang memengaruhi <i>firm value</i> pada perusahaan manufaktur 2022/Jimmy & Yanti	Y: <i>firm value</i> X ₁ : <i>leverage</i> X ₂ : <i>sales growth</i> X ₃ : profitabilitas X ₄ : ukuran perusaha	1. <i>Leverage</i> dan <i>sales growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>firm value</i> 2. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>firm value</i>
12.	Pengaruh profitabilitas, keputusan keuangan, struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : profitabilitas X ₂ : keputusan keuangan	1. Profitabilitas struktur modal, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan

	2025/Hakim & Hindasah	X ₃ : struktur kepemilikan X ₄ : Ukuran Perusahaan	terhadap nilai perusahaan. 2. keputusan investasi, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
13.	Profitabilitas, nilai perusahaan, dan kebijakan dividen 2023/Arlita, Budiadnyani, & Dewi	Y: Nilai Perusahaan X ₁ : Profitabilitas X ₂ : kebijakan dividen	1. Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan 2. Kebijakan dividen memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan

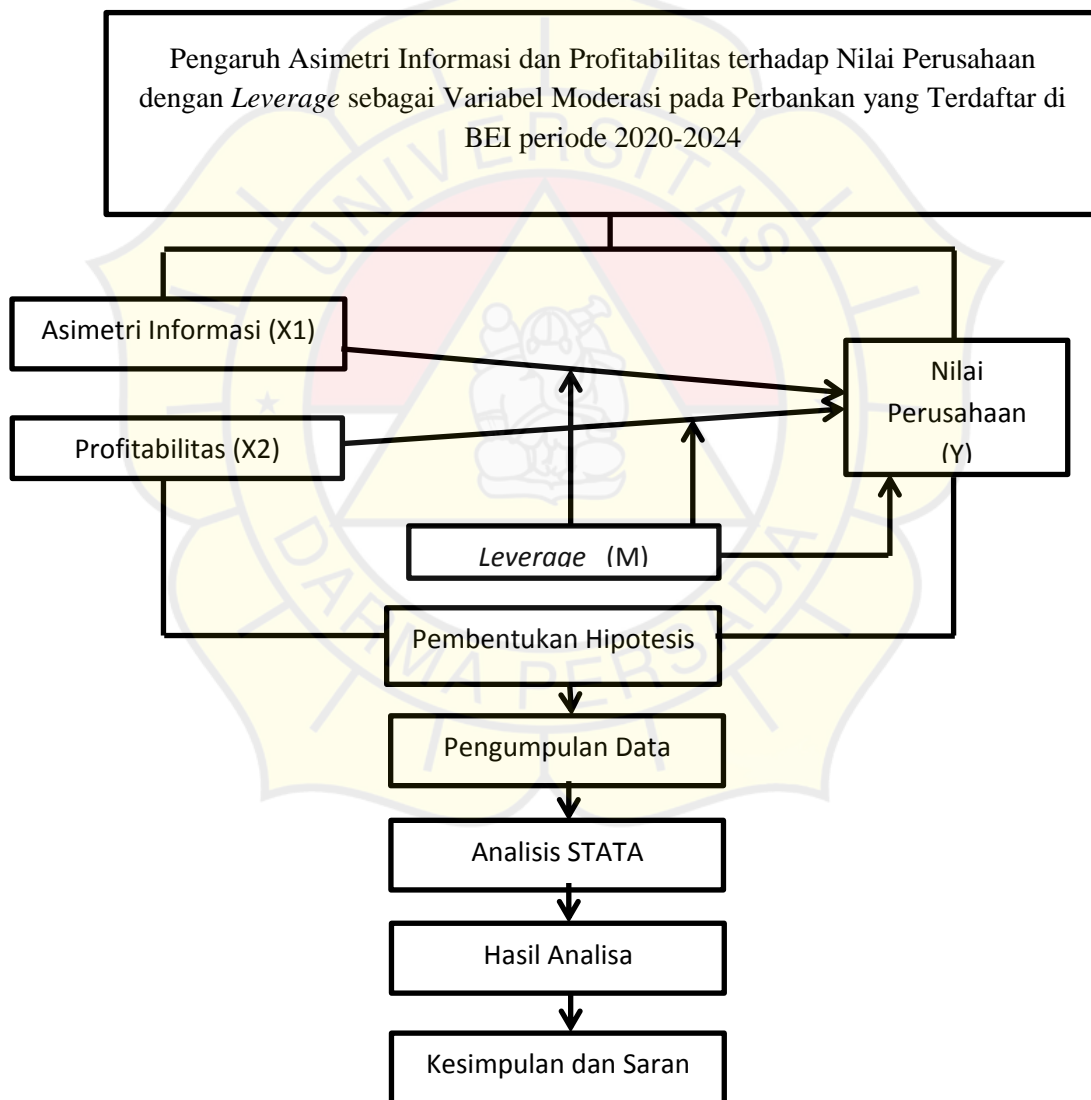
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025



2.7 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta permasalahan yang telah dijelaskan, kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

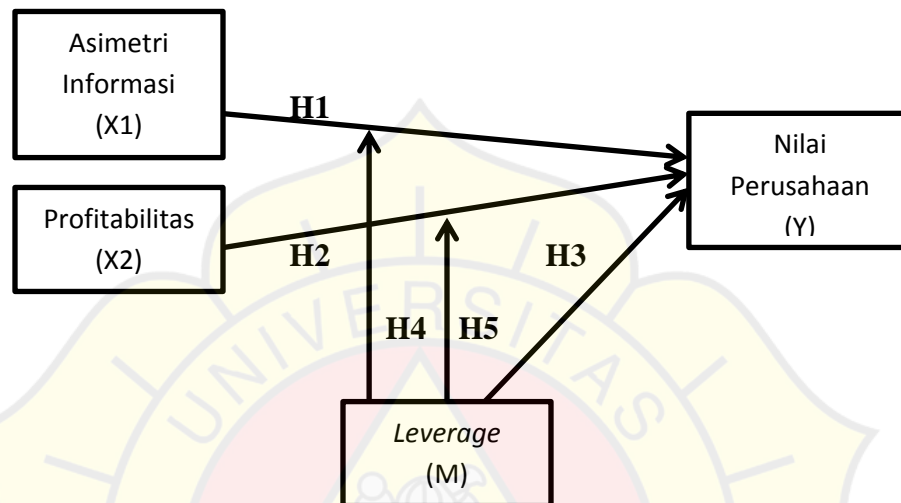
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2025

2.8 Hubungan variabel

Berdasarkan penjelasan di atas, hubungan variabel dalam penelitian ini yaitu:



Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Gambar 2.2 Hubungan Variabel

2.9 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan mengenai landasan teori di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

2.9.1 Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Nilai Perusahaan

Dalam industri perbankan yang kompleks, asimetri informasi dapat lebih tinggi karena sulitnya menilai kualitas portofolio kredit dan aset tidak berwujud seperti modal intelektual (Putra & Ratnadi, 2021; Mohanram et al., 2018). Mohanram et al. (2018) menunjukkan bahwa informasi fundamental akuntansi yang mengurangi asimetri informasi mampu memprediksi return saham bank yang lebih baik,

mengindikasikan bahwa pengurangan asimetri informasi meningkatkan nilai. Putra & Ratnadi (2021) menemukan bahwa pengungkapan modal intelektual yang mengurangi asimetri informasi mendukung valuasi perusahaan pada bank Indonesia. Sebaliknya, Issackow et al. (2021) menemukan bahwa risiko kredit yang tinggi, yang mencerminkan informasi negatif tentang kualitas aset menurunkan nilai perusahaan bank di Kenya.

Asimetri informasi menciptakan ketidakpastian bagi investor mengenai nilai sebenarnya dari aset bank dan prospek masa depan. Ketika investor tidak dapat memverifikasi kualitas kredit, eksposur risiko, atau praktik akuntansi bank, mereka akan menerapkan diskon risiko yang lebih tinggi terhadap valuasi saham (Dos Santos, 2022; Mohanram et al., 2018). Dengan demikian, hipotesis kedua menyatakan bahwa:

H1: Asimetri informasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020-2024

2.9.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Teori *signaling* (*signaling theory*) menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi mengirimkan sinyal positif kepada pasar mengenai kualitas manajemen, efisiensi operasional, dan prospek laba masa depan (Linawati et al., 2022; Wardoyo & Utami, 2024). Dalam konteks teori keagenan, profitabilitas yang tinggi mengurangi masalah keagenan karena menunjukkan bahwa manajemen mampu mengelola aset pemegang saham dengan efektif (Purbawangsa & Suprasto, 2019). Bank yang profitable

cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam menghasilkan dividen dan reinvestasi, sehingga meningkatkan ekspektasi investor terhadap return masa depan.

Bukti empiris dari berbagai studi menunjukkan hubungan positif profitabilitas nilai perusahaan. Linawati et al. (2022) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada bank BUKU-4 Indonesia. Wardoyo & Utami (2024) mengonfirmasi bahwa *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perbankan dari perspektif teori keagenan. Sihombing et al. (2022) juga menemukan bahwa profitabilitas mendukung peningkatan nilai perusahaan bank di IDX. Sukendri & Aryawati (2021) menemukan efek signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada bank BUMN Indonesia.

Purbawangsa & Suprasto (2019) mengonfirmasi efek positif signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan peran mediasinya. Pratiwi et al. (2023) juga menemukan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan Indonesia. Dalam industri perbankan, profitabilitas mencerminkan kemampuan bank dalam mengelola risiko kredit, efisiensi operasional, dan kualitas aset. ROA dan ROE yang tinggi menunjukkan bahwa bank mampu menghasilkan laba optimal dari aset dan ekuitas yang dikelola, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan permintaan terhadap saham bank tersebut (Fauziah & Rafiqoh, 2021; Shubita, 2024). Dengan demikian, hipotesis pertama yang dibentuk adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020-2024

2.9.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Dalam konteks perbankan, *leverage* yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efisiensi penggunaan modal dan pemanfaatan manfaat pajak, namun *leverage* yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan menurunkan kepercayaan investor (Fauziah & Rafiqoh, 2021). Suastyani et al. (2023) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan pada bank-bank Indonesia, sementara Arsyana & Hwihanus (2023) mengonfirmasi bahwa struktur modal merupakan determinan signifikan nilai perusahaan pada bank di Bursa Efek Indonesia.

Sebaliknya, Binaebi & Frank (2019) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai pemegang saham pada bank Nigeria, dan Sukendri & Aryawati (2021) menemukan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada bank BUMN Indonesia. Dalam industri perbankan yang *highly leveraged*, keputusan struktur modal menjadi sangat krusial karena sebagian besar pendanaan berasal dari dana pihak ketiga, sehingga pengelolaan *leverage* yang tepat dapat mempengaruhi persepsi pasar terhadap risiko dan nilai perusahaan (Jagirani et al., 2023; Dos Santos, 2022).

H3: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan

2.9.4 *Leverage* sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan Asimetri

Informasi dan Nilai Perusahaan

Teori *signaling* menjelaskan bahwa struktur modal memengaruhi insentif pengungkapan dan bagaimana pasar menilai informasi asimetrik (Wardoyo & Utami, 2024; Dos Santos, 2022). *Leverage* yang tinggi dapat meningkatkan disiplin manajerial dan mengurangi masalah *free cash flow*, namun juga dapat memperbesar risiko rollover dan default yang memperburuk efek negatif asimetri informasi (Binaebi & Frank, 2019; Dos Santos, 2022). Sebaliknya, posisi modal yang kuat dapat mengurangi kekhawatiran investor terhadap risiko dan asimetri informasi (Jagirani et al., 2023). Jagirani et al. (2023) menemukan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) meningkatkan nilai perusahaan pada bank Pakistan, mengindikasikan bahwa modal yang kuat dapat mengurangi efek negatif asimetri informasi.

Suastyani et al. (2023) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada bank Indonesia. Binaebi & Frank (2019) menemukan bahwa leverage tinggi mengurangi nilai pemegang saham dan dapat memperburuk masalah asimetri informasi pada bank Nigeria. Dos Santos (2022) berpendapat bahwa asimetri informasi merupakan pendorong pilihan struktur modal dan efek struktur modal terhadap nilai bersifat kontekstual. Hegde & Kozlowski (2021), Putra & Ratnadi (2021), dan Mohanram et al. (2018) menunjukkan bahwa pengungkapan informatif mengurangi asimetri informasi dan dampak negatifnya terhadap nilai, dengan struktur modal membentuk efek bersih.

Ketika bank memiliki posisi modal yang kuat (*leverage* rendah atau CAR tinggi), investor lebih percaya terhadap solvabilitas bank meskipun terdapat asimetri informasi, sehingga dampak negatif asimetri informasi terhadap nilai perusahaan berkurang (Jagirani et al., 2023; Suastyani et al., 2023). Sebaliknya, ketika *leverage* tinggi, asimetri informasi dapat memperbesar kekhawatiran investor terhadap risiko default dan distress, sehingga memperkuat dampak negatif asimetri informasi terhadap nilai perusahaan (Binaebi & Frank, 2019; Dos Santos, 2022). Dengan demikian, hipotesis keempat menyatakan bahwa *leverage* memoderasi (memperkuat atau melemahkan) pengaruh asimetri informasi terhadap nilai perusahaan perbankan.

H4: *Leverage* memoderasi pengaruh asimetri informasi terhadap nilai perusahaan perbankan

2.9.5 *Leverage* sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Dalam konteks perbankan, *leverage* dapat memperkuat atau melemahkan hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan tergantung pada apakah *leverage* meningkatkan efisiensi modal atau justru meningkatkan risiko keuangan (Fauziah & Rafiqoh, 2021; Suastyani et al., 2023). Bukti empiris menunjukkan hasil yang beragam. Linawati et al. (2022) menemukan bahwa struktur modal memediasi hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan pada bank BUKU-4 Indonesia, meskipun dengan arah yang kompleks. Suastyani et al. (2023) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan

memediasi hubungan tersebut pada bank Indonesia. Simanullang et al. (2021) melaporkan bahwa struktur modal memoderasi hubungan ROA dengan nilai perusahaan pada bank. Sebaliknya, Listyaningrum et al. (2021) menemukan bahwa leverage memperkuat efek nilai buku tetapi tidak memperkuat efek laba terhadap harga saham pada bank Indonesia. Sihombing et al. (2022) menemukan bahwa struktur modal tidak memediasi hubungan profitabilitas-nilai perusahaan pada bank IDX.

Binaebi & Frank (2019) menemukan leverage berpengaruh negatif terhadap nilai pemegang saham pada bank Nigeria. Pada bank dengan profitabilitas tinggi, *leverage* yang optimal dapat memperkuat nilai perusahaan melalui pemanfaatan tax shield dan efisiensi struktur modal (Suastyani et al., 2023). Namun, jika *leverage* terlalu tinggi, biaya utang dan risiko *financial distress* dapat mendominasi, sehingga melemahkan dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Fauziah & Rafiqoh, 2021; Binaebi & Frank, 2019). Dengan demikian, hipotesis keempat adalah:

H5: *Leverage* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan perbankan