

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theori*)

Sinyal merupakan tindakan yang digunakan perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada para investor tentang bagaimana kondisi perusahaan yang dikelolanya. Sinyal disini berupa informasi yang disajikan perusahaan mengenai hal yang sudah dilakukan oleh manajemen dalam merealisasikan keinginan pemilik. Tentunya informasi yang disajikan ini merupakan informasi yang penting, dimana informasi tersebut penting bagi investor maupun pelaku bisnis karena informasi pada dasarnya menyajikan keterangan, catatan ataupun gambaran, baik untuk keadaan masalalu, saat ini maupun masa mendatang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana dampaknya pada perusahaan. (Brigham & Houston, 2014). Adanya informasi ini memiliki tujuan untuk menarik minat para calon investor agar berkenan menanamkan modalnya sehingga nantinya akan mempengaruhi peningkatan harga saham dari perusahaan tersebut.

Teori ini menggambarkan bahwasannya suatu informasi yang lengkap, tepat, akurat dan relevan dari perusahaan sangat dibutuhkan oleh investor karena informasi tersebut penting dalam memutuskan kebutuhan investasi bagi investor. Pihak manajemen perusahaan menyampaikan informasi keuangan melalui laporan keuangan yang dipublikasikan mengenai implementasi konservatisme akuntansi pada perusahaan supaya laba yang dihasilkan lebih berkualitas, dimana prinsip tersebut dapat mencegah perusahaan dalam penyampaian informasi aktiva dan laba dengan tindak melakukan tindakan yang melebihi-lebihkan (Lestari, 2017). Jika perusahaan menyajikan informasi yang kurang tidak menuntut kemungkinan bahwa mereka melakukan perlindungan diri dengan perusahaan menawarkan harga yang lebih rendah. Dengan hal tersebut perusahaan dalam meningkatkan nilainya harus mengurangi informasi asimetri dengan memberikan sinyal ke pihak luar dengan informasi yang lebih lengkap. (Brigham & Houston, 2014)

Informasi mengenai hasil kinerja keuangan perusahaan yang dipublikasi adalah salah satu bentuk tanggung jawab manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan. Dimana perusahaan harus memiliki dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dimana dorongan tersebut dilakukan untuk

mengemukakan informasi akuntansi karena adanya asimetri informasi antara manajemen (agent) dan stakeholder (prinsipal). Ketidaksamaan informasi merupakan kondisi di mana manajer memiliki informasi yang lebih baik mengenai kondisi ataupun prospek perusahaan dibandingkan yang dimiliki investor. Pihak manajemen perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi dengan meningkatnya kualitas informasi keuangan yang disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan (Karina & Khafid, 2015) yang akan meningkatkan kepercayaan investor. Dengan demikian, teori sinyal mendukung keberadaan variabel leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap manajemen laba.

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan pertama kali dikemukakan oleh *Jensen & Meckling* pada tahun 1976. Teori ini menerangkan hubungan antara prinsipal (pemilik) dan agen (manajemen) sebagai berikut:

“An agency relationship is one in which one or more persons (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent”(Jensen & Meckling, 1976).

Dilihat dari pengertian yang disampaikan oleh Jensen dan Meckling menjelaskan hubungan agensi merupakan suatu perjanjian kontrak oleh satu atau lebih principal dengan menyertakan agen dalam setiap implementasi tugas serta wewenang dalam pengambilan keputusan prinsipal. Dalam hal ini pelaku agensi disebut manajer, sedangkan prinsipal disebut pemilik saham. Manajer yang merupakan pihak yang memiliki wewenang atas perusahaan yang berkewajiban menyajikan laporan perusahaan cenderung akan melaporkan yang penyajiannya akan mengedepankan utilitasnya dengan mengorbankan kepentingan saham. Sehingga manajer akan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan pemilik (pemegang saham).

Kepemilikan dan pengelolaan perusahaan akan selalu diikuti oleh munculnya biaya akibat tidak adanya keselarasan kepentingan pemilik dan pengelola. Biaya tersebut yang dinamakan *agency cost*. *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan

diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agent. Permasalahan yang muncul sebagai akibat sistem kepemilikan perusahaan seperti ini adalah bahwa agen tidak selalu membuat keputusan-keputusan yang bertujuan untuk memenuhi kepentingan terbaik principal. Konflik ini terjadi karena manajer memiliki informasi lebih mengenai perusahaan dibandingkan dengan principal. Konflik ini dapat berkurang ketika pihak manajemen ikut andil dengan cara memiliki proporsi saham dalam perusahaan tersebut karena agen dan principal memiliki tujuan yang sama sehingga manajemen dapat sepenuhnya memperhatikan dan fokus terhadap tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Seorang investor memandang nilai perusahaan sebagai cerminan tingkat keberhasilan perusahaan yang mana dihubungkan dengan harga saham, sehingga dimana harga saham itu tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat (Irawan & Kusuma, 2019). Tingginya suatu nilai perusahaan merupakan keinginan pemilik perusahaan, karna keberhasilan pemegang saham tergantung pada nilai perusahaan yang tinggi. Presentasi kekayaan si pemegang saham dan perusahaan dapat dilihat dari harga pasar saham sebagai cerminan keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset (Ernawati, 2015). Jika di nilai dari sisi perusahaan aset yang besar mengakibatkan turunnya nilai perusahaan. Namun jika dari sisi manajemen hal tersebut dapat memudahkan dalam mengendalikan perusahaan yang mengakibatkan naiknya nilai perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).

Tujuan dari perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan guna memaksimalkan perolehan laba dengan tujuan mencapai kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan cerminan aset milik perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan yang tinggi akan memperoleh kepercayaan kreditur dan investor dalam meminjamkan dananya pasti akan kembali. Namun sebaliknya nilai perusahaan yang menurun akan membuat para kreditur dan investor tidak percaya dalam meminjamkan dana mereka karna di khawatirkan tidak dapat dikembalikan (Sembiring & Trisnawati, 2019).

Riyanto (2011:299) berpendapat bahwa suatu perusahaan besar dengan sebaran saham yang besar memiliki dampak yang kecil dalam hilangnya control terhadap perusahaan, dengan begitu perusahaan yang besar lebih berani dari pada perusahaan kecil dalam menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Tolak ukur dalam menilai keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan dapat di lihat dari nilai perusahaannya. Dimana setiap pemilik perusahaan kepada calon investor akan selalu menunjukkan bahwa perusahaan merekalah yang tepat untuk dijadikan alternatif investasi . jika perusahaan gagal dalam menunjukkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaannya maka nilai perusahaan akan berada di atas bahkan dibawah nilai yang sebenarnya (Ernawati, 2015).

Berdasar pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah cerminan asset milik perusahaan. Dimana nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan guna memaksamalkan perolehan laba perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan juga pemegang saham. Oleh karna itu, akan meningkatkan pasar pada prospek perusahaan dimasa mendatang juga akan membuat para calon investor berfikir berulang kali dalam menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan memiliki beberapa indicator yang digunakan untuk mendeteksi nilai perusahaan diantaranya; a) Price Earning Rasio (PER), b) Tobin's Q Ratron (Q Tobin), dan Price Book Value PBV). Pada penelitian ini penulis menerapkan indicator Price Book Value (PBV) karna Price Book Value (PBV) merupakan hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perlembar. Dimana jika nilai PBV meningkat maka Tinggi pula kemakmuran pemegang saham, yang mana hal tersebut merupakan tujuan dari dibangunnya perusaha (Brigham & Houston, 2011:11).

2.1.4 *Leverage*

Leverage selain merupakan rasio yang menghitung seberapa besar dana yang disediakan kreditur, juga merupakan rasio yang membandingkan total utang

terhadap keseluruhan aset perusahaan. Jika investor melihat perusahaan dengan tingkat aset dan resiko *leverage*-nya sama sama tinggi, maka mereka akan berfikir dua kali dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Karna dikhawatirkan aset yang tinggi tersebut diperoleh dari utang yang mengakibatkan peningkatan resiko investasi jika perusahaan tidak dapat melunasi kewajiban tepat waktu (Ernawati, 2015). *Leverage* juga merupakan tolak ukur dalam digunakan untuk melihat besar kecilnya tanggungan yang tersedia untuk kreditor (Fahmi, 2012. hal. 74).

Kreditor memandang *leverage* sebagai tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, jika di likuidisi. Rasio *leverage* digunakan sebagai tolak ukur suatu kemampuan posisi perusahaan dalam memenuhi kewajiban pada pihak luar dan dalam melunasi tanggungan proporsi aktiva tetap melalui modal yang akan bahan pertimbangan keputusan (Kasmir, 2016). Besarnya rasio *leverage* menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan dengan pihak eksternal juga besar serta meningkatkan beban biaya utang yang harus dilunasi oleh perusahaan (Gunawan et al, 2015). Diharapkan penggunaan atas hutang tersebut dapat dijadikan respon positif oleh para investor, dimana para investor mengartikan utang tersebut merupakan sinyal positif dalam meningkatkan nilai perusahaan (Hanafi, 2011:316).

Berdasar pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva beban tetapnya dalam memaksimalkan kekayaan perusahaan. Dimana *leverage* yang besar akan menciptakan tingginya resiko investasi. Menurut Katsir (2016), *leverage* memiliki tiga indikator yang digunakan untuk mendeteksi *leverage*, diantaranya ; a) Debt to Asset Rasio (DAR), b) Debt to Equity Rasio (DER), dan Long Term Debt to Equity Rasio (LTDER). Pada penelitian ini penulis menerapkan indikator Debt to Equity Rasio (DER) karena rasio ini merupakan tolak ukur dana yang bersumber dari utang dalam membelanjakan aktiva perusahaan (Novari & Lestar, 2016).

2.1.5 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur perusahaan yang dilihat dari besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Perusahaan yang sudah berada pada tingkat kedewasaannya akan menunjukkan total aktiva perusahaan yang semakin besar. Dimana perusahaan tersebut memiliki arus kas yang sehat sehingga mempunyai tafsiran tingkat keuntungan dalam jangka panjang (Riyadi, 2019).

Bagi investor juga kreditor ukuran perusahaan merupakan aspek penting yang harus di perhatikan, karna ukuran perusahaan berkaitan dengan resiko investasi yang dilakukan. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi tiga kategori yaitu, perusahaan skala besar, perusahaan skala menengah, dan perusahaan skala kecil. Dimana semakin besarnya suatu perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan sumber dana. Namun tentunya perusahaan besar cenderung banyak mendapatkan resiko yang akan dihadapi, akan tetapi dari hal tersebut perusahaan akan terlatih dalam menghadapi resiko yang dimana akan terciptanya banyak strategi dalam mengatasi resiko tersebut. Oleh karna itu perusahaan besar dapat menarik minat para investor karna dianggap memiliki prospek yang baik dimana hal tersebut menjadikan keunggulan tersendiri perusahaan besar (Irawan & Kusuma, 2019).

Ukuran perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan para investor. Dimana semakin besarnya suatu perusahaan maka semakin dikenal oleh khalayak umum. Hal tersebut dapat mempermudah dalam mendapatkan informasi dalam peningkatan nilai perusahaan, bahkan perusahaan besar dapat mudah menarik minat investor untuk menanamkan modalnya karna perusahaan besar tentunya memiliki total aset dengan nilai aktiva yang cukup besar (Novari & Lestari, 2016).

Berdasar pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang digunakan untuk mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang berdasar pada jumlah laba atau total aset perusahaan. Dimana hal ini merupakan aspek penting yang harus diperhatikan investor

maupun kreditor, karna ukuran perusahaan bersangkutan paut pada resiko investasi yang dilakukan (Irawan & Kusuma, 2019).

2.1.6 Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer dalam merekayasa laporan keuangan sesuai batas yang diperbolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi dengan tujuan untuk menyajiakan informasi yang menyesatkan kepada para pengguna laporan keuangan untuk kepentingan para manajer (Soraya & Harto, 2014). Sedangkan menurut (Gunawan et al, 2015) Manajemen laba adalah situasi dimana manajer melakukan penerobosan dalam hal meratakan, menaikkan, dan menurunkan laba pada menyusun laporan keuangan pihak eksternal.

Manajemen laba bagi badan pengawas di pasar yang berkembang menjadi kekhawatiran tersendiri, karna hal tersebut dapat menciptakan resiko pada investasi asing dan perusahaan kemitraan di pasar. Manajemen laba didefinisikan sebagai “*The practice of distorting the true financial performance of the company*” yaitu kondisi dimana manajer keputusan mengelolah struktur transaksi laporan keuangan guna melakukan pengembangan laporan keuangan sehingga mempengaruhi nilai akuntansi. Manajemen laba merupakan upayah manajer dalam menaikkan atau menurunkan laba periode berjalan dengan syarat tanpa menyebabkan kenaikan atau penurunan keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang (Pradana, 2018).

Manajemen laba dijadikan sebagai pengambilan keputusan dalam memanipulasi komponen yang ada dengan merubahnya pada komponen yang tepat dengan maksud mencapai tingkat laba sesuai dengan yang diinginkan (Sari et al, 2016). Manajemen laba ini dilakukan untuk memnyuguhkan suatu informasi kinerja keuangan perusahaan yang positif kepada agen peringkat, sehingga perusahaan bisa memperoleh peringkat (rating) yang terbaik. Dan dengan tingkatan yang bak ini tentunya perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan dapat mengoptimalkan dana yang akan diterima perusahaan (Setiawati & Lim, 2018).

Berdasar pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah upayah manajer dalam melakukan perubahan pada laporan keuangan eksternal guna meratakan, menaikkan ataupun menurunkan laba untuk mempengaruhi nilai akuntansi demi kepentingan manajer sendiri. Manajemen laba memiliki dua model indicator dalam mendeteksi manajemen laba, diantaranya; a) pendekatan akrual dan b) *conditional revenue model*. Dikarenakan pada penelitian sebelumnya banyak yang menggunakan indikator *conditional revenue model* pada manajemen laba sebagai variabel moderasi maka pada penelitian ini penulis tertarik untuk menggunakan indikator pendekatan akrual supaya memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. indikator akrual dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *modified jones model*.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Tabel penelitian terdahulu

No	Judul	Penulis (Tahun)	Variabel	Metpen	Hasil
1	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi	Dea Anjani Kusuma, dan Azib (2020)	Independen : Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Dependen : Nilai Perusahaan Moderasi : Manajemen Laba	Jenis penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Verifikatif yang dilakukan pada 13 perusahaan manufaktur sub sektor Food And Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2019. Data diperoleh melalui dokumentasi. uji yang digunakan adalah regresi fleksibel berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage dan Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. dan manajemen laba sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan dipengaruhi oleh tindakan Manajemen Laba yang dilakukan pihak manajemen perusahaan
2	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan	Lisna Christiani ¹ Vinola Herawaty ² (2019)	Independen : Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Leverage,	Populasi penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2014-2018. Dengan kriteria sampel penelitian	Hasil analisis disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan manajemen laba sebagai variabel

	Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi		Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Dependen : Nilai Perusahaan Moderasi : Manajemen Laba	merupakan perusahaan yang tidak delisting selama tahun penelitian, menggunakan mata uang rupiah, perusahaan memiliki data lengkap selama periode penelitian tahun 2014-2018.	moderasi memperlemah hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Komite Audit, Leverage, Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba sebagai variabel moderasi tidak memperlemah hubungan antara kepemilikan majerial, komite audit, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Size Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur sektor Konsumsi Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2017)	Viona Riki Ika Paradila ¹ , Anggita Langgen g Wijaya ² , Anny Widiasm ara ³ (2019)	Independen : Pertumbuhan Penjualan, Size, Perusahaan, dan Leverage Dependen : Nilai Perusahaan Interesting : Profitabilitas	Metode penelitian ini adalah asosiatif yang menggunakan tiga variabel diantaranya variabel bebas, terikat dan intervening. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus. Dan Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini peneliti adalah Path Analysis atau Analisis jalur	Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan dan size perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas tidak dapat melakukan intervening variabel pertumbuhan penjualan, size perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan.

4	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Go Public Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Alfino Bagus Pradana (2018)	<p>Independen : Kendala Pendanaan, Dewan Komisaris, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan manajer.</p> <p>Dependen : Manajemen Laba</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. data yang digunakan adalah data sekunder. Pengambilan sampel menggunakan cara purposive sampling. Dan Populasi dilakukan pada obyek perusahaan go public sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010 - 2016 dengan mengakses melalui situs www.idx.co.id dan www.ojk.go.id.</p>	<p>Hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajer memberikan pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, sementara variabel lainnya menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap manajemen laba. Hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa kendala pendanaan, dewan komisaris independen, leverage, profitabilitas, dan kepemilikan manajer berpengaruh terhadap manajemen laba.</p>
5	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	Maryati Rahayu ¹ , Bida Sari ² (2017)	<p>Independen : Leverage, Zize, Profitabilitas dan Kualitas Laba</p> <p>Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang termasuk Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan Kemudian Size dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan. kemudian Profitabilitas (ROE) tidak terdapat pengaruh Nilai Perusahaan. sedangkan Kualitas Laba berpengaruh dengan Nilai Perusahaan. Dan penelitian</p>

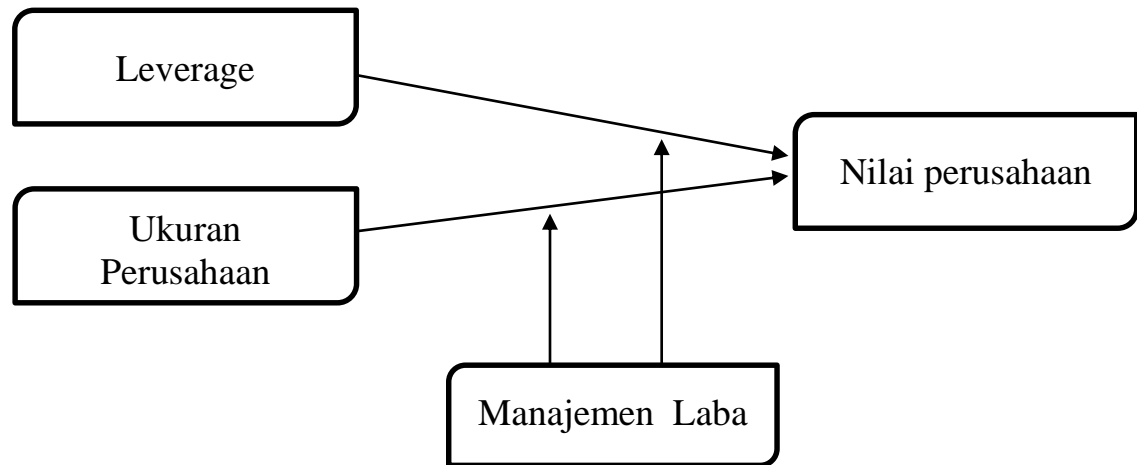
				2016. Pengambilan sampel dalam Penelitian ini menggunakan teknik Non Probability Sampling.	ini memperoleh pengaruh Leverage (DAR), Size, Profitabilitas (ROE) dan Kualitas Laba, secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan (Q-Tobins).
6	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Perofitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Peroperti	I Nyoman Agus Suwardik a ¹ , I Ketut Mustanda ² (2017)	Independen : Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Perofitabilitas Dependen : Nilai Perusahaan	Penelitian ini menggunakan motode purposive sampling dengan kriteria perusahaan yang secara kontinu dan yang terdaftar penuh. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Dan memakai teknik analisi Regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian diperoleh hasil leverage, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana variabel yang memiliki hubungan positif yaitu leverage dan profitabilitas, sedangkan variabel pertumbuhan perusahaan mempunyai hubungan yang negatif, namun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan
7	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai	Dewi Ernawati (2015)	Independen : Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik	Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,074. Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dengan nilai

			<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik analisa datanya adalah uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan level of significance 5%.</p>	<p>signifikansi sebesar 0,097 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar -1,641. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,353.</p>
--	--	--	------------------------------------	---	--

2.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan tinjauan teori dan hasil dari penelitian terdahulu serta permasalahan yang telah di kemukakan, maka metode konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Model Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Laporan keuangan merupakan sumber informasi yang disajikan perusahaan kepada pihak eksternal mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang, hal ini merupakan sinyal yang disajikan oleh perusahaan. Suatu nilai perusahaan yang bagus tentunya di dukung dengan laporan keuangan yang ideal, dimana suatu laporan keuangan yang ideal didukung oleh elemen, salah satunya *leverage*. Dimana perusahaan akan mengalami keuntungan yang sangat besar jika menghindari penjualan sahamnya dengan memilih mendapatkan modal baru dengan menggunakan utang. Peningkatan penggunaan utang akan mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Perusahaan yang cenderung menaikkan utang, maka harga sahamnya naik begitu juga sebaliknya. Harga saham mencerminkan penilaian yang diberikan

investor kepada perusahaan dimana hal ini akan mengakibatkan meningkatnya nilai suatu perusahaan.

Perusahaan yang baik dapat dilihat dari nilai perusahaannya. Dimana nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. Jika nilai perusahaan yang tinggi akan dipercayai oleh kreditur dan investor dalam meminjamkan dananya pasti akan kembali, namun sebaliknya nilai perusahaan yang menurun akan membuat para kreditur dan investor tidak percaya dalam meminjamkan dana mereka karena dikhawatirkan tidak dapat dikembalikan (Sembiring & Trisnawati, 2019).

Leverage adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek atau mengukur sejauh mana perusahaan didanai oleh hutang. Tingkat *leverage* yang semakin tinggi menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula oleh karena itu *leverage* perlu dikelola, dimana tingginya tingkat *leverage* menunjukkan besarnya nilai utang, dan utang tersebut dapat dijadikan modal dalam menjalankan aktivitas perusahaan guna memperoleh laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan (Rakhimsyah & Gunawan, 2011). Penelitian terdahulu juga mendukung penelitian hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan seperti Penelitian yang dilakukan oleh Paradila et al (2019), Suwardika & Mustanda (2017) Numinda et al (2017) serta Rahayu & Sari (2017) menyatakan bahwa *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

H_1 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan skala perusahaan yang digunakan untuk mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang berdasar pada jumlah laba atau total aset perusahaan. Dengan semakin besarnya ukuran perusahaan berarti perusahaan tersebut berada di posisi yang stabil dan dengan posisi tersebut akan mengakibatkan naiknya harga saham perusahaan yang artinya akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga

memberikan nilai khusus terhadap daya tarik lebih para investor dalam menanamkan modalnya.

Menurut Riyadi (2019), mengungkapkan bahwa Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur perusahaan yang dilihat dari besarnya ekuitas penjualan maupun total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan Para investor di mana semakin besar suatu perusahaan maka semakin dikenal oleh khalayak umum hal tersebut dapat mempermudah dalam mendapatkan informasi dalam meningkatkan nilai perusahaan bahkan perusahaan besar akan mudah menarik investor untuk menanamkan modalnya Karena perusahaan besar tentunya memiliki total asset dengan nilai aktiva yang cukup besar (Novari & Lestari, 2016)

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Pratama & Wiksuana, 2016). Hasil penelitian dari Nurmindia et al (2017), Rahayu & Sari (2017) serta Ernawati (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Manajemen laba memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Leverage adalah salah satu variabel penting dalam pengambilan keputusan karena *leverage* menentukan besarnya modal dari hasil pinjaman yang dimanfaatkan dalam membelanjakan operasional perusahaan. Sumber yang berasal dari utang akan meningkatkan resiko perusahaan, jika semakin besar penggunaan utang maka besar pula *leverage* perusahaan serta resiko yang akan dihadapi (Wiyadi et al, 2016). Terdapat *trade-off* biaya dan manfaat biaya atas penggunaan hutang, semakin besar proporsi utang maka akan semakin besar pula perlindungan pajak yang diperoleh namun bisa menimbulkan kemungkinan kebangkrutan yang besar. Jika manajer

perusahaan yakin akan timbulnya suatu prospek perusahaan yang baik dan asumsi harga saham meningkat, maka manajer dapat menggunakan lebih banyak utang karena perusahaan yang meningkatkan utang dipandang perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa mendatang.

Perusahaan yang memiliki utang akan dihadapi dengan masalah solvabilitas, dimana perusahaan akan disebut tidak solvabilitas ketika utang lebih besar dari aktiva yang dimiliki perusahaan. Solvabilitas perusahaan menunjukkan dimana kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya jika suatu saat perusahaan akan mengalami penglikuidasian (Riyanto 2018). Para investor akan berfikir berulang kali dalam berinvestasi pada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi, karena rasio *leverage* yang tinggi akan mengakibatkan tingginya resiko investasi dengan hal tersebut dapat menurunkan nilai suatu perusahaan. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan yang tinggi harus mengimbangi kemampuan perusahaan dalam membiayai aktiva baik dalam penggunaan modal sendiri maupun dari pihak eksternal (utang). Manajemen laba dalam penelitian ini dihadirkan menjadi variabel moderating yang akan memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dimana penggunaan *leverage* yang terlalu tinggi akan mengakibatkan laporan perusahaan tidak sehat. Oleh karena itu dalam hal ini manajemen laba sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan guna menstabilkan nilai perusahaan, baik dengan maksud meratakan, menaikkan bahkan menurunkan komponen yang berpengaruh sehingga dapat menstabilkan nilai perusahaan.

H₃ : Manajemen laba memoderasi secara signifikan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

2.4.4 Manajemen laba memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya suatu perusahaan, dimana hal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karna besar atau kecilnya suatu perusahaan itu menjadi tolak ukur para investor dalam penentu nilai investasi yang akan dilakukan. Semakin besarnya suatu perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan sumber dana. Namun tentunya perusahaan besar cenderung banyak mendapatkan resiko yang akan dihadapi, akan tetapi dari hal tersebut perusahaan akan terlatih dalam menghadapi resiko, dimana akan terciptanya banyak strategi dalam mengatasi resiko tersebut. Oleh karna itu perusahaan besar dapat menarik minat para investor karna dianggap memiliki prospek yang baik dimana hal tersebut menjadikan keunggulan tersendiri perusahaan besar (Irawan & Kusuma, 2019). Kinerja perusahaan yang besar akan lebih banyak dilihat publik, hal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam hal ini manajemen laba sebagai variabel moderasi akan memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dimana suatu ukuran perusahaan yang melakukan manajemen laba akan menurunkan nilai perusahaan, pada perusahaan yang besar hal tersebut mudah diketahui pihak eksternal sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan dari pandangan pihak eksternal.

H₄ : Manajemen laba memoderasi secara signifikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan