

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. *Signalling Theory*

Signalling theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Ros pada tahun 1997, yang menyatakan bahwa jika eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik tentang perusahaan, mereka akan lebih termotivasi untuk menyampaikan informasi ini kepada calon investor, sehingga harga saham perusahaan meningkat. Menurut teori sinyal (*signalling theory*) menjelaskan bahwa manajer suatu entitas memiliki inisiatif secara sukarela (*voluntary*) untuk melaporkan informasi-informasi kepada pasar modal meskipun tidak ada ketentuan yang mengharuskannya untuk melaporkan hal tersebut (Melisa *et al.*, 2022). Dengan memberikan informasi kepada pasar mengenai keadaan perusahaan, sinyal yang bagus tentang kinerja perusahaannya akan memberikan dampak yang signifikan di masa depan bagi perusahaan sehingga memperoleh kepercayaan dari pada investor. Keterkaitan antara teori sinyal dengan *firm size* dan *tangibility assets* terhadap perusahaan yaitu, teori sinyal menjelaskan bahwa *firm size* dan *tangibility assets* dapat menjadi sinyal yang memberikan informasi kepada investor mengenai prospek perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan dan aktiva tetap yang semakin besar

memiliki lebih banyak potensi untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan (Sawiyah & Riduwan, 2022), sehingga investor akan lebih merasa aman jika mereka menginvestasikan sahamnya ke perusahaan yang lebih besar karena perusahaan tersebut memiliki lebih banyak sumber daya dan lebih banyak kemampuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori sinyal merupakan teori yang menyatakan perilaku manajer dalam mengkomunikasikan informasi tentang kondisi perusahaan melalui sinyal dan berkaitan dengan ukuran perusahaan, aset dan nilai perusahaan, dimana perusahaan dengan ukuran dan aset yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan, sehingga menarik minat investor. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang baik dan sinyal yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat posisi perusahaan di pasar modal.

2. *Agency Theory*

Agency theory adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pemilik, keduanya dijelaskan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori keagenan yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling untuk menjelaskan perbedaan antara manajemen (agen) dan pemegang saham (principal), serta entitas lain dalam kontrak (seperti kreditur atau unit perburuan). Dalam hal ini, agen harus bertanggung jawab atas

manajemen perusahaan, dan harus memberikan informasi mengenai status perusahaan (Mahardikari, 2021). Keterkaitan antara teori agensi dengan *firm size* dan *tangibility assets* terhadap nilai perusahaan yaitu, agensi teori menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) dan *tangibility assets* memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui mekanisme pengendalian dan pengawasan yang diperlukann untuk mengurangi masalah keagenan. Ukuran perusahaan yang besar dan proporsi aset berwujud yang tinggi dapat memberikan keunggulan kompetitif dan akses ke modal. Namun hal ini juga membutuhkan struktur tata kelola yang lebih kuat untuk memastikan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Kesimpulannya adalah teori agensi adalah teori yang berusaha menjelaskan hubungan antara agen dan principal ketika pemilik memberikan otoritas kepada agen untuk mengelola aktivitas perusahaan. Fokus dari teori agensi adalah menentukan kontrak efektif mengenai hubungan agen dengan prinsipal yang berkaitan dengan orang, organisasi, dan informasi.

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai yang ingin dibayar oleh calon pembeli saat perusahaan dijual. Nilai perusahaan adalah nilai pasar dari surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai pemegang saham. Peningkatan nilai pemegang saham akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan,

yang ditunjukkan dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi untuk para pemegang saham (Purba *et al.*, 2018). Nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan kinerja yang baik suatu perusahaan. Nilai pasar saham dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi dan menentukan persepsi investor terhadap suatu perusahaan, yang dikaitkan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan (Hidayat *et al.*, 2021). Hal ini dikarenakan harga saham merupakan gambaran dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya yang dapat dipengaruhi oleh peluang investasi.

Investor beranggapan bahwa nilai perusahaan berfungsi sebagai ukuran pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut (Ayuba *et al.*, 2019) nilai perusahaan menunjukkan kemampuan bisnis perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang sahamnya. Ini sangat penting bagi suatu perusahaan karena menunjukkan upaya perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya. Nilai perusahaan juga menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola sumber daya untuk investor. Semakin banyak investor yang membeli saham perusahaan, semakin besar nilai perusahaan.

Menurut (Panglipurningrum & Andriani, 2020) terdapat beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu:

a) *Price Earning Ratio* (PER)

Price earnings ratio adalah salah besaran angka yang digunakan oleh investor untuk menilai valuasi saham suatu perusahaan. *Price*

earnings ratio memberikan gambaran tentang seberapa mahal atau murahya suatu saham relatif terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi *price earnings ratio*, semakin mahal saham tersebut dihargai oleh pasar dibandingkan dengan laba yang dihasilkan. Sebaliknya, semakin rendah *price earnings ratio*, semakin murah harga saham tersebut relatif terhadap laba per lembar yang dihasilkan.

b) *Price to Book Value (PBV)*

Price to book value (PBV) adalah rasio yang digunakan oleh investor untuk mengevaluasi valuasi saham suatu perusahaan. PBV adalah rasio antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price to book value (PBV)* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

c) Tobin's Q

Tobin's Q, adalah indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan. Penggunaan tobin's Q dimaksudkan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva agar tercipta nilai pasar modal yang menguntungkan.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio PBV. Rasio ini digunakan sebagai indikator dari nilai perusahaan dikarenakan *price to book value* dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga saham.

4. *Firm Size*

Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah ukuran atau besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Melalui ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Suardana *et al.*, 2020).

Ukuran perusahaan (*firm size*) pada biasanya didominasi oleh aktiva lancar yang terdiri kas, penempatan surat berharga di perusahaan lain, penyaluran kredit serta penyertaan modal. Pada umumnya, dana penyaluran kredit mendominasi besarnya total aktiva perusahaan. Semakin besar total aktiva, biasanya diiringi dengan semakin besar dana kredit yang disalurkan. Hal ini menunjukkan juga semakin tingginya peluang perusahaan mendapatkan laba. Peningkatan laba menjadi sinyal positif bagi investor untuk membeli saham perusahaan (Suhendar & Paramita, 2024). Investor melakukan penilaian langsung terhadap perusahaan untuk menentukan seberapa layak perusahaan tersebut untuk investasi. Situasi cenderung lebih stabil di perusahaan

besar. Stabilitas perusahaan menarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Kondisi ini menyebabkan harga saham perusahaan meningkat di pasar modal. Selain itu, perusahaan kecil lebih cenderung mengambil risiko yang lebih besar daripada perusahaan yang besar. Ini karena perusahaan besar memiliki kontrol pasar yang lebih baik, yang memungkinkan mereka untuk bersaing dalam persaingan ekonomi. Karena perusahaan besar dianggap memiliki kemampuan untuk terus meningkatkan kualitas labanya, investor biasanya lebih memiliki kepercayaan pada mereka. Akibatnya, semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak investor yang akan merespon pengumuman laba, karena pasar akan merespon informasi laba dengan positif.

5. *Tangibility Assets*

Tangibility of Assets (TA) adalah rasio yang mengukur pangsa aktiva tetap dibandingkan dengan total aktiva. Rasio yang tinggi menunjukkan banyak aktiva tetap dan modal kerja yang kecil, yang dapat mengurangi kemampuan bisnis untuk mempertahankan inventaris dan membawa piutang (Ariyanti, 2019). Tangibilitas didefinisikan sebagai atau perbandingan antara aset lancar dan aset tetap. Aset merupakan segala harta dan sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dapat digunakan untuk menjalankan operasinya. Dua jenis aset biasanya dimiliki oleh suatu perusahaan: aset tetap dan aset lancar. Aset lancar terdiri dari aset seperti uang kas dan aset lainnya

yang dapat digunakan atau dijual dalam jangka waktu tertentu. Di sisi lain, aset tetap adalah aset berwujud yang digunakan oleh perusahaan untuk operasionalnya dan tidak dimaksudkan untuk dijual.

Tangibility (struktur aset) merupakan penentuan berapa besar alokasi untuk masing-masing komponen aset secara garis besar dalam komposisinya yaitu aset lancar dan aset tetap (Asikin *et al.*, 2019). Perusahaan dengan struktur aset yang memiliki perbandingan aset tetap jangka panjang lebih besar akan menggunakan hutang jangka panjang lebih banyak karena aset tetap yang ada dapat digunakan untuk jaminan hutang. Semakin banyak aset tetap yang digunakan oleh suatu perusahaan, semakin mudah untuk memperoleh hutang untuk pendanaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat kinerja keuangan perusahaan dan pendapatan yang dihasi. Namun, pada titik tertentu, kepemilikan aset tetap yang terlalu tinggi pada suatu perusahaan tidak menjamin kenaikan tingkat kinerja keuangan dan peningkatan pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat aset berwujud yang cenderung banyak akan mengurangi keuntungan, karena biaya modal yang akan dikeluarkan akan meningkat (Helda Ayuningtyas & Mawardi, 2022).

6. Struktur Modal

Struktur modal (*capital structure*) adalah perpaduan sumber dana jangka panjang (*long-term sources of funds*) yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Prastika & Candradewi, 2019). Struktur modal mengacu pada bagaimana sebuah perusahaan membiayai asetnya melalui kombinasi ekuitas dan utang dan merupakan aspek kunci dari kerangka keuangan untuk perusahaan-perusahaan berintensitas modal (Li, 2020). Manajer keuangan harus memiliki kemampuan untuk menilai struktur modal dan memahami bagaimana hal itu berkaitan dengan risiko, keuntungan, atau pengembalian nilai. Struktur modal pada jangka waktu yang lama dianggap sebagai area teknikal yang mempekerjakan satu atau dua karyawan untuk perusahaan menengah. Peningkatan risiko akan menyebabkan peningkatan tingkat kebangkrutan, yang dapat mengurangi minat investor untuk menanamkan modal. Akibatnya, harga saham perusahaan cenderung turun. Jika perusahaan memberikan lebih banyak uang kepada investornya, harga sahamnya akan naik karena permintaan pasar terhadap sahamnya akan meningkat. Ini karena uang yang diberikan oleh perusahaan cukup untuk membayar kebutuhan investor (Prastika & Candradewi, 2019).

Struktur modal sangat berperan penting pada keputusan pendanaan yang dilakukan oleh manajer keuangan (Ritonga *et al.*, 2021). Manajer keuangan harus dapat memilih dan menggunakan struktur modal yang tepat untuk menghasilkan nilai perusahaan yang paling besar. Biaya modal adalah balas jasa yang harus dibayar oleh perusahaan kepada semua orang yang menanamkan dananya di dalam perusahaan. Dalam penentuan pengambilan kebijakan struktur modal perusahaan harus melibatkan risiko dan tingkat pengembalian (*return*) karena risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan perusahaan akan meningkat seiring dengan peningkatan hutang. Struktur modal yang ideal sangat penting karena dapat mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian (*return*) (Mudjijah *et al.*, 2019).

Rasio struktur modal perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar pendanaan perusahaan berasal dari pinjaman, sedangkan jika rasio tersebut rendah, maka sebagian besar pendanaan berasal dari perusahaan itu sendiri. Manajemen dan calon investor menggunakan rasio struktur modal untuk mengevaluasi risiko keuangan yang timbul dari kebijakan pendanaan perusahaan. Semakin tinggi rasio struktur modal, semakin tinggi risiko keuangan yang mungkin dihadapi perusahaan. Risiko keuangan dapat terkait dengan kemungkinan perusahaan gagal memenuhi kewajiban hutang, yang dapat mengakibatkan kebangkrutan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Peneliti akan menunjukkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang sudah direview sebagai bahan pertimbangan yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
1.	<i>Effect of Leverage, Growth, Firm Size, Dividend Policy, and Interest Rate on Company Value.</i> (Yudha Pradana, 2021)	Y : Nilai perusahaan XI : <i>leverage</i> X2 : <i>Growth</i> X3 : <i>Dividend Policy</i> X4 : <i>Interest Rate</i>	Statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan Random Effect Model	Hasil menunjukkan bahwa Leverage dan Suku Bunga memiliki efek positif yang signifikan, Ukuran Perusahaan memiliki Efek negatif dan signifikan.
2.	<i>The Effect of Capital Structure and Firm Size on Firm Value Through Profitability as Intervening Variable.</i> (Natsir & Yusbardini, 2020)	Y : Nilai perusahaan XI : Capital struktur X2 : <i>Firm Size</i> Z : <i>Intervening</i>	Regresi Berganda data panel, analisis jalur dan uji sobel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan ukuran dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan, struktur modal dan

No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
				profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	<i>Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability.</i> (Hirdinis, 2019)	Y : Nilai Perusahaan XI : Capital Struktur X2 : <i>Firm Size</i> Z : Profitability	Metode dengan teknik analisis jalur	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas. Namun, profitabilitas tidak mampu menengahi pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.
4.	<i>Determinants of Firm Value and Profitability.</i> (Sudiyatno <i>et al.</i> , 2020)	Y : Nilai Perusahaan XI : <i>firm size</i> X2 : Capital struktur X3 : Manajerial Ownership Z : Profitabilitas	Data yang digunakan adalah data panel, dengan analisis data menggunakan regresi berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan struktur modal

No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
				tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Struktur modal dan kepemilikan manajerial memiliki efek negatif pada nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki efek positif pada nilai perusahaan.
5.	<p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Pemoderasi.</p> <p>(Caesaria & Suhartono, 2023)</p>	<p>Y : Nilai Perusahaan</p> <p>X1 : Profitabilitas</p> <p>X2 : <i>Leverage</i></p> <p>X3 : Likuiditas</p> <p>Z : Kualitas Audit</p>	Regresi Linier Berganda	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa terbukti bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan dan kualitas audit mampu memperkuat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sementara leverage dan likuiditas belum terbukti memiliki efek</p>

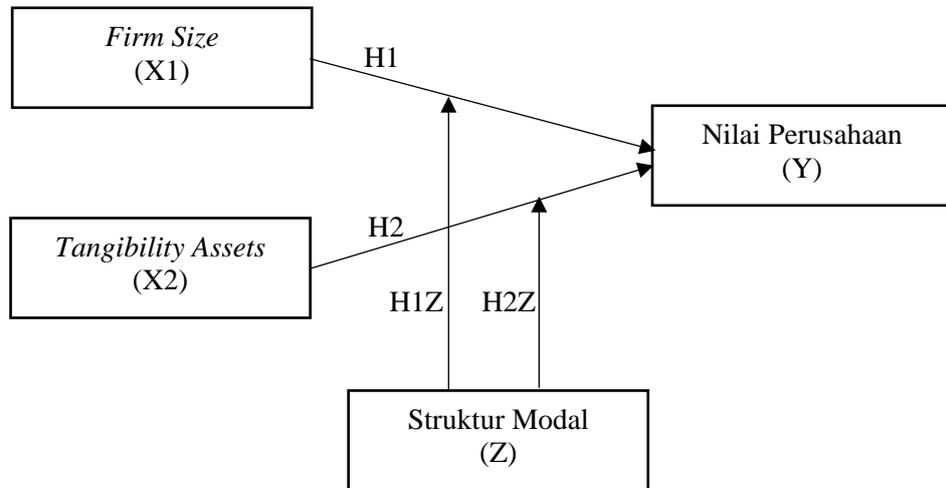
No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
				positif pada nilai perusahaan. Kualitas audit juga tidak dapat memoderasi efek positif leverage dan likuiditas pada nilai perusahaan.
6.	Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value. (Regia Rolanta <i>et al.</i> , 2020)	Y : Nilai Perusahaan XI : <i>Return on Asset</i> X2 : <i>Debt to Asset Ratio</i> X3 : <i>Current Ratio</i> X4 : <i>Firm Size</i> X5 : <i>Dividend Payout Ratio</i>	Teknik analisis yang diterapkan adalah kelipatan Analisis regresi.	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembalian aset memiliki pengaruh nilai perusahaan, DAR tidak mempengaruhi nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan pembayaran rasio tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
7.	<i>The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value.</i> (Jihadi <i>et al.</i> , 2021)	Y : Nilai perusahaan XI : <i>Liquidity</i> X3 : <i>Leverage</i>	Metode analisis data dalam penelitian ini yang digunakan adalah Multiple	Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio likuiditas, aktivitas, leverage, dan profitabilitas

No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
		X4 : <i>Profitability</i>	Linear Regression Analysis	signifikan terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hipotesis awal penelitian. Corporate Social Responsibility (CSR) berperan sebagai variabel moderating dan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap pengaruh rasio keuangan
8.	Pengaruh <i>Sales Growth</i> Dan <i>Firm Size</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. (Husna & Satria, 2019)	Y : Nilai Perusahaan X1 : <i>Sales Growth</i> X2 : <i>Firm Size</i>	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial sales growth dan firm size berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.

No.	Judul Penelitian dan Penulis	Variabel	Alat Uji	Hasil
9.	Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan. (Natalie & Lisiantara, 2022)	Y : Nilai Perusahaan X1 : Profitabilitas (ROA), X2 : Likuiditas (AKO), X3 : Ukuran Perusahaan (SIZE) X4 : Leverage (LTDER)	Regresi Linier Berganda	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Konseptual

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *firm size* dan *tangibility assets*. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi yaitu struktur modal.



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) dapat tercermin dalam berbagai indikator, seperti total aset, penjualan bersih keseluruhan, rata-rata penjualan, dan rata-rata total aset. Ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar kekayaan yang dimilikinya. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak investor akan berkonsentrasi pada perusahaan tersebut (Indri & Putra, 2022). Hal ini dikarena perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki keuntungan yang lebih stabil. Jika keuntungan perusahaan stabil, investor akan melihat perusahaan itu sangat menarik untuk berinvestasi. Dengan demikian, saat investor membeli saham perusahaan, saham perusahaan akan naik, yang menghasilkan peningkatan nilai perusahaan (Ariyanti, 2019). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan Dolontelide & Wangkar (2019) dan Lambey (2021). Perusahaan besar sering memiliki keunggulan kompetitif dalam hal reputasi dan kredibilitas di pasar. Reputasi yang baik membantu perusahaan dalam menarik mitra bisnis yang kuat, mengakses kontrak-kontrak besar, dan mendapatkan persyaratan pembiayaan yang lebih menguntungkan. Reputasi ini juga meningkatkan kepercayaan konsumen, yang dapat mendorong penjualan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik dan peningkatan nilai perusahaan Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: *Firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Tangbility Assets* Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin banyak tangibilitas aset yang dimiliki suatu perusahaan, maka operasional suatu perusahaan dapat berjalan lebih lancar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan memberikan kepercayaan investor bahwa perusahaan dapat mengelola perusahaannya dengan baik dengan aset yang dimilikinya (Verencia, 2022). Perusahaan yang memiliki banyak aset berwujud akan memiliki jaminan untuk berhutang jika mereka gagal membayar hutang mereka. Oleh karena itu ada terdapat hubungan positif antara banyak/tinggi nilai aset berwujud perusahaan pada kemampuan berhutang perusahaan (Agustiawan *et al.*, 2021). Secara keseluruhan,

aset berwujud memainkan peran krusial dalam membangun fondasi yang kokoh untuk stabilitas finansial dan operasional perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepercayaan investor. Hal ini mendukung pertumbuhan dan pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. Dengan memiliki aset berwujud yang signifikan, dapat menunjukkan kestabilan yang lebih besar dan daya tahan terhadap risiko finansial. Faktor ini menarik lebih banyak investasi dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Semua aspek ini secara sinergis berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *tangibility assets* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Zamzam *et al.*, 2022) dan (Artamevia & Almalita, 2021). Kepemilikan aset berwujud yang besar memudahkan perusahaan dalam mengakses berbagai sumber pendanaan, baik dari bank maupun pasar modal. Aset ini dapat dijadikan jaminan, memperkuat posisi tawar perusahaan saat mencari dana. Hal ini juga menurunkan biaya pinjaman karena pemberi kredit melihat aset berwujud sebagai jaminan yang mengurangi risiko. Oleh karena itu, akses pendanaan yang lebih mudah dan murah memungkinkan perusahaan untuk membiayai proyek pertumbuhan dan inovasi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: *Tangibility assets* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Moderasi

Ukuran perusahaan seringkali menjadi indikator untuk peluang timbulnya kebangkrutan untuk sebuah perusahaan, karena perusahaan yang lebih besar dianggap lebih siap menghadapi krisis saat beroperasi. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar biasanya menerima tanggapan positif dari investor, yang memungkinkan nilai perusahaannya meningkat (Maghfirandito & Adiwibowo, 2022). Dalam kaitannya dengan teori agensi, manajer, atau agen, tentunya akan berusaha untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Mereka juga akan berusaha untuk memiliki struktur modal yang baik. Jika perusahaan memiliki banyak aset, manajemen akan lebih mudah menggunakan aset yang ada (Setiawati & Lim, 2018). Apabila ukuran perusahaan meningkat dan memiliki struktur modal yang lebih rendah, nilai perusahaan akan cenderung lebih rendah, begitu juga sebaliknya. Hasil penelitian mengenai efek moderasi yang dilakukan oleh (Mardevi, 2020) menunjukkan bahwa struktur modal mampu memoderasi pengaruh hubungan *firm size* terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar dapat melindungi diri dari risiko eksternal dengan melakukan diversifikasi operasional dan geografis. Perusahaan besar juga memiliki lebih banyak sumber daya untuk diinvestasikan dalam berbagai lini bisnis dan pasar, sehingga tidak bergantung pada satu sumber pendapatan atau pasar saja. Diversifikasi ini membantu mengurangi volatilitas

pendapatan dan meningkatkan stabilitas keuangan. Dengan struktur modal yang efisien, perusahaan besar dapat menekan biaya modal dan meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini membuat perusahaan lebih menarik bagi investor karena menawarkan stabilitas dan potensi pertumbuhan yang berkelanjutan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1Z: Struktur modal memoderasi *pengaruh firm size* terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh *Tangbility Assets* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Moderasi

Struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan dari perbandingan jumlah utang dan ekuitas (Oktaviani *et al.*, 2019). Peningkatan nilai perusahaan karena peningkatan jumlah utang (utang yang masih di bawah titik optimalnya) disebabkan oleh manajemen perusahaan yang menggunakan utang tersebut untuk ekspansi usaha dari perusahaan. Struktur modal yang tepat membantu perusahaan mengurangi biaya modal dan meningkatkan efisiensi operasional (Vlaviorine *et al.*, 2023). Misalnya, menggunakan aset berwujud sebagai jaminan utang dapat meningkatkan leverage secara sehat, memungkinkan perusahaan mendanai proyek-proyek pertumbuhan dengan risiko keuangan yang terkontrol. Selain itu, struktur modal yang baik meningkatkan kepercayaan investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan

dalam mengelola risiko keuangan (Mudjijah *et al.*, 2019). Kepercayaan ini dapat menarik lebih banyak investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga meningkatkan nilai pasar perusahaan. Dengan demikian, kombinasi antara aset berwujud yang signifikan dan struktur modal yang tepat menciptakan sinergi yang memperkuat stabilitas keuangan, efisiensi operasional, dan kepercayaan investor, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Tidak ada fokus peran moderasi struktur modal dalam hubungan antara *tangibility assets* terhadap nilai perusahaan. Mengingat kebutuhan untuk mengisi kesenjangan literatur, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2Z: Struktur modal memoderasi pengaruh *tangibility assets* terhadap nilai perusahaan.