

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal atau signaling theory adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal. Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, underwriter dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya (Rahmanita, 2020).

Isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor dalam bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sesuai dengan pernyataan tersebut, perusahaan dengan prospek masa depan yang menguntungkan akan mencoba untuk menghindari penjualan saham perusahaan melainkan mengusahakan pendapatan modal baru melalui cara lain seperti

penggunaan hutang melebihi target struktur modal normal. Sebaliknya, perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung menjual saham perusahaannya. Dengan kata lain pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan merupakan suatu isyarat atau sinyal yang menandakan bahwa manajemen perusahaan memandang prospek perusahaan tersebut suram dan apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru dengan frekuensi yang lebih sering dari biasanya maka harga saham perusahaan tersebut akan menurun, hal ini diakibatkan karena dengan menerbitkan saham baru maka memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham. Dengan kata lain kenaikan harga saham atau tingginya harga saham suatu perusahaan merupakan indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan (firm value) yang tinggi. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham seiring dengan meningkatnya harga saham (Rahmanita, 2020). Teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan suatu tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham terhadap persepsi investor. Semakin tinggi harga suatu saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Adapun faktor dalam nilai perusahaan yaitu, nilai perusahaan dipengaruhi oleh struktur aset, nilai perusahaan ditentukan oleh ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dipengaruhi oleh struktur modal (Rahmanita, 2020).

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Menurut (Brigham,2019), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham perusahaan akan semakin meningkat, namun nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak berpengaruh(Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022).

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar dapat menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian nilai perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurutnya kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tetapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap (Oman Rusmana, 2020). Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Terdapat beberapa pendekatan analisis rasio dalam penilaian market value, terdiri dari:

Pendekatan price earning ratio (PER), price book value ratio (PBVR), market book ratio (MBR), deviden yield ratio (DYR), dan deviden payout ratio (DPR). Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan PBV. Price Book Value digunakan sebagai proksi karena keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal. PBV dapat menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi PBV, semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan, maka akan menjadi daya tarik bagi investor untuk membelinya, sehingga permintaan jumlah modal yang diinvestasikan. PBV merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi PBV, semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan, maka akan menjadi daya tarik bagi investor untuk membelinya, sehingga permintaan saham tersebut akan naik dan meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murahnya suatu saham perusahaan (Nur Afni, 2023).

Adapun Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah :

Price to book value (PBV). PBV adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya. PBV diperoleh dengan cara membagi harga pasar saham dengan Nilai Buku Per Saham atau Book Value Per Share (BVPS). Nilai Buku Per Saham (BVPS) diperoleh dengan cara membagi

total ekuitas perusahaan pada periode tertentu dengan jumlah sahamnya yang tercatat di Bursa Efek.

Berikut ini rumus Price to Book Value (PBV) :

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dengan:

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham beredar}}$$

2.3 Pengungkapan Perubahan Iklim

Pengungkapan perubahan iklim merupakan hasil dari akuntansi iklim. Akuntansi iklim perusahaan, yaitu mengumpulkan informasi terkait iklim yang signifikan bagi perusahaan, masyarakat terkait, dan lingkungan. Akuntansi perubahan iklim berfokus pada dampak perubahan iklim dan adaptasi pada bisnis, sedangkan akuntansi karbon berfokus pada CO yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan emisi yang sama (Trimuliani & Febrianto, 2023). Pengungkapan perubahan iklim harus mencakup risiko dan peluang paling relevan yang dihadapi bisnis. Sehingga, *Task Force on Climate-Related Financial Disclosure* mengklasifikasikan setiap risiko dan peluang yang mungkin dimiliki perusahaan. dimiliki perusahaan. TCFD merekomendasikan empat elemen inti yaitu: (1) Tata Kelola, (2) Strategi, (3) Manajemen Risiko, dan (4) Metrik dan Target (TCFD Recommendation Report).

Pengungkapan perubahan iklim merupakan istilah yang menjelaskan mengenai perubahan yang terjadi akibat faktor iklim, misalnya suhu, hujan, dll. Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tentang kerangka kerja perubahan

iklim atau UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*) mendefinisikan perubahan iklim sebagai perubahan iklim yang disebabkan baik secara langsung maupun tidak langsung oleh aktivitas manusia sehingga menyebabkan komposisi atmosfer global berubah sehingga terbentuk perbandingan yang signifikan. Komposisi atmosfer global yang dimaksud yaitu berupa Gas Rumah Kaca (GRK) yang terdiri dari Karbon dioksida, metana, nitrogen, dsb. Pada dasarnya Gas Rumah Kaca (GRK) dibutuhkan dalam upaya menjaga suhu bumi tetap stabil, namun konsentrasi Gas Rumah Kaca yang berlebih dan semakin meningkat membuat lapisan atmosfer semakin tebal, ketika gas yang dihasilkan dari kendaraan, industri, penggundulan hutan dll tadi menumpuk dan membentuk lapisan tebal sehingga membuat bumi semakin panas dan merubah iklim, mengancam kesehatan bahkan kestabilan ekonomi serta lingkungan alam kita(ditjenppi.menlhk.go.id).

Permasalahan pemanasan global yang disebabkan perubahan iklim tersebut semakin penting bagi stakeholder. Pemanasan global dan perubahan iklim memberi dampak negatif pada lingkungan dan manusia, polusi industri dianggap sebagai salah satu penyebab utama pemanasan global terjadi sehingga media, pemimpin global, lingkungan, investor, bahkan customer dan stakeholder lainnya mempertimbangkan masalah ini dengan serius. kesimpulan bahwa pengungkapan perubahan iklim merupakan upaya perusahaan dalam menjelaskan kepada stakeholder mengenai berbagai faktor diluar kendali perusahaan yang dapat menyebabkan aktivitas perusahaan terganggu tanpa mengurangi tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder. Misalnya ketika proses produksi perusahaan terhambat akibat perubahan iklim yang mengakibatkan laba perusahaan menurun, ketika perusahaan mengungkapkannya secara transparan dan detail maka kemungkinan rasa kecewa stakeholder akan menurun(Cahyani & Gunawan, 2022).

Hal ini disebabkan stakeholder mengetahui secara jelas bahwa hal tersebut terjadi bukan karena kinerja perusahaan yang buruk namun karena berbagai

faktor eksternal tadi.

Global Reporting Initiative atau G4 GRI (2019) menjelaskan terdapat 7 indikator dalam pengungkapan perubahan iklim, yaitu:

1. Emisi gas rumah kaca langsung.
2. Emisi gas rumah kaca tidak langsung.
3. Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya.
4. Intensitas emisi gas rumah kaca.
5. Pengurangan emisi gas rumah kaca.
6. Emisi bahan perusak ozon.
7. NOX, SOX dan emisi signifikan udara lainnya.

Dalam mengukur variabel media exposure, penelitian ini menggunakan pengukuran variabel dummy yaitu nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan informasi mengenai informasi emisi karbon, seperti tingkat emisi karbon dan kegiatan untuk mengurangi emisi karbon yang tidak diungkapkan melalui laporan keberlanjutan pada website resmi perusahaan yang dipublikasikan oleh pihak internal. Nilai 0 untuk sebaliknya.

Global Reporting Initiative adalah variabel *dummy* yang diberi nilai 1 (satu) jika setidaknya 2 (dua) dari 5 (lima) komponen skor menunjukkan bahwa perusahaan cenderung memiliki Pengungkapan perubahan iklim, dan nol sebaliknya.

Variabel *perubahan iklim* dalam penelitian ini adalah variabel dummy:

1. Untuk 2 komponen dari 5 komponen GRI
0. Untuk 1 komponen dari 5 komponen GRI

2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi Investor. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari hasil usahanya. Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan –pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisa profitabilitas ini (Hidayat & Khotimah, 2022).

Profitabilitas menunjukkan keberhasilan suatu badan usaha dalam menghasilkan pengembalian (return) kepada pemiliknya. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Brona et al., 2022). Berdasarkan teori dan pandangan yang dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas merupakan nilai ekonomis lebih yang dihasilkan dari modal usaha baik modal secara keseluruhan maupun sebagian sehingga Perusahaan mendapatkan nilai ekonomis tersebut secara 100%. Beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut para ahli. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun

sekarang;

3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah :

a. Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat yang artinya kinerja perusahaan semakin baik yang dampaknya mampu memberikan pengembalian keuntungan dengan baik bagi pemilik maupun investor (pemegang obligasi dan saham) dalam keseluruhan aset yang ditanamkan (Ivanka et al., 2021).

Return on Assets (ROA) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b. Profit Margin

Profit margin merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sedangkan rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen karena profit margin yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut (Nyoman & Sri, 2020). Profit margin dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Profit Margin = Laba Bersih

c. Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri sebagai pemegang saham perusahaan.

Rumus untuk mencari rasio (Ivanka et al., 2021) adalah sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.5 Peneliti Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

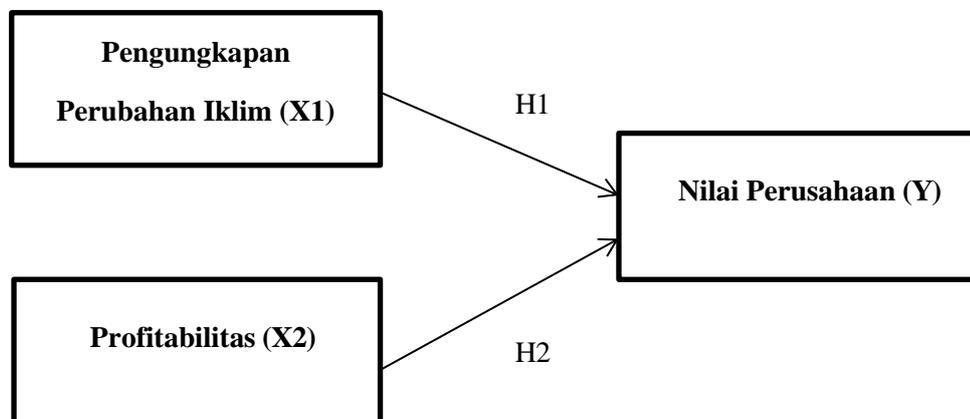
NO	PENELITI	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	Annisa Lutfiyah Mahardini (2023)	Pengaruh Pengungkapan Perubahan Iklim Terhadap Financial Stability Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Pengungkapan perubahan iklim dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap financial stability,

			sedangkan pengungkapan perubahan iklim berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, dan profitabilitas tidak memediasi pengaruh perubahan iklim terhadap financial stability.
2.	Heri Pratama dan Rita Wijayanti (2022)	Pengaruh Perubahan Iklim : Faktor Penentu dan Konsekuensinya Terhadap Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kinerja operasional berpengaruh terhadap pengungkapan perubahan iklim. Sementara untuk Kinerja keuangan dan pengungkapan perubahan iklim berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan untuk kinerja operasional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3.	Shabrina Khansa Dan Andrian Budi Prasetyo (2022)	Pengaruh Gas Emisi Rumah Kaca Sebagai Indikator Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa gas rumah kaca tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, Pengungkapan kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan Emisi gas rumah kaca tidak mempengaruhi hubungan pengungkapan lingkungan dengan nilai perusahaan.
4.	Imam Hidayat Dan Khusnul Khotimah (2022)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5.	Jamaluddin Ali, Ridwan Faroji, dan Osman Ali (2021)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Sedangkan Profitabilitas (ROE) dan Profitabilitas (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
----	---	---	--

2.6 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Pengungkapan Perubahan Iklim Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan perubahan iklim merupakan istilah yang menjelaskan mengenai perubahan yang terjadi akibat faktor iklim, misalnya suhu, hujan, dll (ditjenppi.menlhk.go.id). Perubahan iklim membawa dampak terhadap lingkungan sekitar, kesehatan masyarakat, bahkan pelaku industri maupun bisnis pun ikut merasakan dampak tersebut. Misalnya saja perusahaan yang memproduksi padi, akibat perubahan iklim yang terlalu ekstrim menyebabkan hujan lebat turun berminggu-minggu. Hal ini secara langsung mempengaruhi hasil produksi padi pada perusahaan tersebut yang semakin menurun sehingga penjualan perusahaan menurun dan berdampak pada laba perusahaan yang kurang maksimal pada periode tersebut (Nur Afni, 2023).

Apabila perusahaan tidak mengungkapkan perubahan iklim tersebut maka yang diketahui *stakeholder* hanyalah laba yang tiba-tiba menurun pada periode itu. Sebaliknya jika perusahaan mengungkapkan secara detail bahwa ada beberapa faktor terjadi diluar kendali perusahaan yang menyebabkan hal itu terjadi maka tentunya *stakeholder* akan merasa tenang karena mengetahui bahwa hal tersebut tidak disebabkan oleh kinerja perusahaan yang buruk melainkan akibat faktor iklim diluar kendali perusahaan. Hasil penelitian

(Afnilia & Christina Dwi Astuti, 2023) menyatakan bahwa Pengungkapan Perubahan Iklim Terhadap Nilai Perusahaan berpengaruh signifikan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dibangun sebagai berikut.

H1: Pengungkapan Perubahan Iklim Terhadap Nilai Perusahaan berpengaruh positif.

2.7.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen (Hidayat & Khotimah, 2022). Dengan melihat definisi diatas profit atau laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. ini berarti semakin tinggi profitabilitas (ROA) maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan tinggi. Nilai ROA yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat. Hasil penelitian (Ali et al., 2021) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dibangun sebagai berikut.

H2 : Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan berpengaruh positif