

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Signaling Theory*

Teori sinyal berkaitan dengan pemahaman mengenai bagaimana suatu sinyal sangat bernilai atau bermanfaat sementara sinyal yang lainnya tidak berguna. Teori sinyal dapat dipahami sebagai persyaratan yang diberlakukan oleh perusahaan kepada pihak ketiga (investor) (Gama *et al.*, 2024). Sama halnya dengan Connelly *et al.*, (2011) yang menyatakan bahwa teori sinyal merupakan konsep dalam ekonomi dan pemasaran yang menjelaskan bagaimana informasi asimetris antara pihak yang memiliki pengetahuan (seperti perusahaan atau individu) dan pihak luar (seperti investor atau konsumen) yang dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku pasar.

Selain itu, di dalam penelitiannya Gumanti, (2009) menjelaskan bahwa sinyal harus memiliki dua syarat untuk berguna di pasar yang dikarakterisasi oleh adanya ketimpangan informasi. Kemudian, Kurniasih *et al.*, (2024) juga berpendapat bahwa *signaling theory* merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan memberi signal mengenai kondisi perusahaan tersebut kepada pihak luar perusahaan. Jika perusahaan melakukan pembayaran dividen atau mengubah besar pembayaran dividennya dibanding tahun sebelumnya, maka pembayaran atau perubahan dividen tersebut bisa memberi informasi kepada pihak di luar perusahaan.

Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa teori sinyal adalah sebuah pendekatan dalam ekonomi dan pemasaran yang menjelaskan bagaimana perusahaan mengirimkan informasi kepada pihak luar untuk mengatasi ketidakpastian. Melalui sinyal yang dihasilkan, seperti pembayaran dividen atau investasi mahal, perusahaan dapat menunjukkan kualitasnya kepada investor. Sinyal yang efektif pun harus memiliki biaya tinggi bagi perusahaan dengan memiliki kualitas yang lebih baik, sehingga dapat memudahkan pihak luar untuk mengevaluasi kondisi perusahaan. Teori sinyal merupakan hal penting bagi suatu perusahaan, adapun 2 alasan dibutuhkannya teori sinyal ialah sebagai berikut ini.

- a. Informasi merupakan unsur penting bagi investor, keberadaan informasi merupakan hal yang begitu penting karena akan menyajikan keterangan yang akan diperlukan, informasi yang diperlukan adalah yang lengkap, akurat dan relevan terhadap keputusan investor di pasar modal. Informasi dari sinyal yang diberikan juga dapat menjadi alat analisis agar investor dapat mengambil keputusan investasi yang tepat. Informasi diberikan pengumuman yang dilakukan perusahaan. Adapun jika pengumuman tersebut bernilai positif, maka pasar akan beraksi untuk menerimanya.
- b. Terdapat asimetris informasi antara perusahaan dan pihak eksternal, teori sinyal akan menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan

terdorong untuk menyampaikan informasi keuangan yang dialaminya pada pihak eksternal.

## 2. *Agency Theory*

Teori agensi adalah teori ekonomi yang mempelajari korelasi antar kedua pihak yaitu antara prinsipal dan agen. *Agency Theory* hadir sebagai pembagian risiko dengan memasukkan masalah keagenan yang muncul ketika pihak yang bekerja sama memiliki tujuan dan visi yang berbeda (Yeni *et al.*, 2024). Menurut Lesmono *et al.*, (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *agency theory* digunakan untuk menjelaskan problematika risiko bersama yang muncul akibat adanya kerja sama antara dua pihak (*principal and agent*) dan manajemen (*agent*) disebabkan karena dua hal yaitu keterbatasan pihak pemberi kerja atau pemilik untuk memperoleh informasi dari manajemen dan sikap yang berbeda antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*) dalam menghadapi dan menerima risiko.

Dalam *agency theory* semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal, yang biasanya hanya berorientasi kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dengan syarat-syarat yang menyertai hubungan tersebut. Dalam hal ini pun terdapat 3 asumsi yang melandasi teori keagenan yaitu sebagai berikut ini.

- a. Asumsi sifat manusia (*human assumptions*) yang terdiri dari *selfinterest* yaitu sifat manusia untuk selalu mengutamakan

kepentingan dirinya, *bounded-reationality* yaitu sifat manusia yang memiliki rasionalitas terbatas, dan *risk aversion* yaitu manusia yang cenderung menghindari dari risiko.

- b. Asumsi keorganisasian (*organizational assumptions*) yang terbagi menjadi tiga yaitu konflik sebagai tujuan antar partisipan, efisiensi sebagai suatu kriteria efektivitas, dan asimetris informasi di antara pemilik agen.
- c. Asumsi informasi (*information assumptions*) yang menyatakan bahwa informasi merupakan sesuatu yang dapat dibeli layaknya komoditas.

### 3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah seberapa besar pasar atau investor menghargai sebuah perusahaan yang dinilai berdasarkan kinerja keuangannya, kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan, serta prospek pertumbuhannya di masa depan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin positif pandangan investor terhadap bisnis tersebut. Leni, (2024) mengartikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar karena dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham jika harga saham perusahaan meningkat.

Sedangkan Dewi *et al.*, (2024) mengatakan bahwa nilai suatu perusahaan mencerminkan ekspektasi investor dalam menerima laba atas investasinya. Di dalam penelitian Saputri *et al.*, (2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat mencerminkan kemakmuran sahamnya; semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran pemiliknya, dan

sebaliknya. Sehingga, dapat peneliti simpulkan bahwa nilai perusahaan berhubungan erat dengan persepsi pasar dan harapan investor terhadap potensi keuntungan di masa depan. Ketika nilai perusahaan meningkatkan, hal ini mencerminkan optimisme investor terhadap kinerja perusahaan dan potensi *return* dari investasi mereka.

#### **4. Profitabilitas Perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan pendapatan atau hasil dari kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan pendapatan dan menjaga stabilitas keuangan. Menurut Harahap, (2007) Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan pendapatan menggunakan aset atau modal, baik total modal atau ekuitas, dikenal sebagai profitabilitas. Profitabilitas menyangkut efisiensi perusahaan menggunakan modal, baik sendiri maupun modal asing.

Selain itu, Nirawati *et al.*, (2022) menyebutkan bahwa profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan bisnis untuk menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan sumber dayanya sendiri Kemudian, Zopounidiset *et al.*, (2024) menjelaskan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan keberlanjutan dalam strategi bisnis mereka cenderung meraih profitabilitas lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh efisiensi operasional yang lebih baik, pengurangan biaya melalui praktik ramah lingkungan, dan citra merek yang menarik pelanggan (Khasana *et al.*, 2019).

## 5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran bisnis yang dapat ditentukan oleh total asetnya, total pendapatannya, jumlah karyawannya, atau kapitalisasi pasarnya. Ukuran perusahaan adalah pengelompokan perusahaan ke dalam 3 kategori diantaranya yaitu *large firm*, *medium firm*, dan *small firm* (Astuti *et al.*, 2017). Hartono (2008) di dalam Kolamban *et al.*, (2020) mendefinisikan ukuran perusahaan (*firm size*) sebagai ukuran suatu perusahaan yang ditentukan oleh total aset/besarnya aktiva perusahaan menggunakan logaritma total aset.

Selain itu, Santoso *et al.*, (2022) mendefinisikan bawa ukuran perusahaan adalah total aset, ukuran log, pendapatan, dan nilai pasar saham merupakan faktor-faktor yang dapat menentukan apakah suatu perusahaan besar atau kecil. Semakin tinggi total aset, semakin besar modal yang diinvestasikan perusahaan. Salah satu metode untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan maksimal adalah dengan menggunakan rasio. Rasio-rasio ini mencerminkan perubahan dalam operasi normal perusahaan, yang dapat terlihat melalui rasio pertumbuhan (Mahanani *et al.*, 2022).

## 6. Investasi Teknologi Informasi (ITI)

Investasi teknologi informasi adalah alokasi sumber daya untuk pengembangan dan penerapan teknologi informasi di dalam perusahaan guna mendukung operasional, meningkatkan efisiensi, dan mendorong investasi (Xiude *et al.*, 2021). Kemudian, Tahir, (2021) mendefinisikan bahwa investasi teknologi informasi merupakan suatu keputusan untuk

mengeluarkan biaya guna menyediakan atau mengembangkan teknologi informasi yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi organisasi. Menurut Audon *et al.*, (2014) bahwa investasi teknologi informasi meliputi perangkat lunak, perangkat keras, dan layanan yang digunakan dalam bisnis seperti komunikasi, pendidikan, dan pelatihan. Aplikasi dan sistem adalah bagian dari perangkat lunak, sementara komponen *hardware* termasuk komputer, disk penyimpanan, sistem komunikasi dan sistem jaringan.

Di dalam penelitian Hertingkir *et al.*, (2018) menjelaskan beberapa pemahaman mengenai ITI dimana Schniederjans (2010) yang menyebutkan bahwa "Ada berbagai cara untuk mendefinisikan investasi teknologi informasi atau investasi TI. Keen (1995) memandang investasi TI sebagai istilah yang mencakup investasi dalam peralatan, aplikasi, layanan, dan teknologi dasar. Sementara itu, Weil dan Olson (1989) melihat investasi TI sebagai biaya yang terkait dengan pengadaan komputer, komunikasi, perangkat lunak, jaringan, serta personel yang mengelola dan mengoperasikan sistem informasi manajemen."

Menurut Schniederjans, Hamaker, dan Schniederjans (2010), "Definisi investasi TI dapat diartikan sebagai keputusan investasi untuk mengalokasikan berbagai jenis sumber daya (seperti sumber daya manusia, finansial, dan fisik) ke dalam Sistem Informasi Manajemen (MIS)." Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi TI adalah perencanaan pengeluaran untuk pengadaan teknologi informasi yang

berfungsi mendukung kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya.

## 7. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah proses di mana sebuah perusahaan mengalami peningkatan dalam berbagai aspek seperti pendapatan, laba, jumlah karyawan, pangsa pasar atau aset. Menurut Beaver (1970) dalam Sianturi, (2024) perusahaan yang dikatakan bertumbuh jika ada peningkatan aktiva. Peningkatan aktiva memerlukan dana yang tidak sedikit, akibatnya perusahaan harus menahan labanya lebih banyak. Namun, ketika laba yang ditahan semakin besar, maka deviden yang akan diberikan kepada investor menjadi semakin rendah.

Sementara itu, Ukhriyawati *et al.*, (2019) mengklarifikasi bahwa ekspansi suatu perusahaan berhubungan dengan perubahan (peningkatan/penurunan) total aset yang dimilikinya.. Perbandingan antara jumlah total aset yang dimiliki perusahaan selama periode sebelumnya digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan. Setiap pertumbuhan bisnis berkaitan erat dengan peningkatan pendapatan yang berasal dari hasil penjualan yang tinggi (Lacrima *et al.*, 2021).

## 8. Struktur Modal

Struktur modal adalah kombinasi utang dan ekuitas yang digunakan bisnis untuk meningkatkan operasi dan pertumbuhan. Dalam penelitiannya Inayah, (2022) mendefinisikan struktur modal (*capital structure*) sebagai susunan modal suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh sumber-sumbernya, dengan penekanan pada porsi modal yang berasal dari utang (kreditur) dan

porsi yang berasal dari pemilik (ekuitas pemilik). Struktur modal akan membantu memperkuat posisi keuangan dan nilai perusahaan, sedangkan kelemahan dalam membangun struktur tersebut berisiko meningkatkan arus kas dan risiko fluktuasi mata uang, yang dapat menurunkan nilai perusahaan (Wulandari *et al.*, 2022).

Istilah struktur modal mencerminkan hubungan antara berbagai sumber modal jangka panjang seperti modal saham preferen, ekuitas dan lain sebagainya. Tujuan utama dari struktur modal adalah untuk mengoptimalkan kombinasi utang dan ekuitas (Sarianti *et al.*, 2023). *Debt to ratio* (DER) merupakan metrik struktur modal. DER merupakan rasio yang membandingkan tingkat *leverage* (penggunaan utang) dengan total ekuitas pemegang saham yang dimiliki oleh perusahaan (Mariani *et al.*, 2023).

## B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1 Kajian Pustaka

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Asbarini <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus: Perusahaan yang terdaftar	Variabel X: Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan hutang. Variabel Y: Nilai perusahaan.	Data sampel pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>Ukuran perusahaan dan kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		di Jakarta Islamic Index)		pada tahun 2019.	
Link: <a href="https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/76">https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/76</a>					
2.	(Rifky Fathoni dan Syarifudin , 2021)	Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Dalam Indeks JII Periode 2017-2019)	Variabel X: struktur modal Variabel Y: Profitabilitas Variabel Z: Ukuran perusahaan	Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada indeks JII pada periode 2017-2019.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan DAR terhadap ROA.</li> <li>2. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan ditunjukkan oleh DER terhadap ROA.</li> <li>3. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara DAR dan DER terhadap ROA.</li> </ol>
Link: <a href="https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2761">https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2761</a>					
3.	(Izza Noor Fauziah dan Bambang Sudiyatno , 2020)	Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar	Variabel X: Profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Sampel penelitian ini adalah data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. Struktur modal mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		di BEI Periode 2016 – 2018)			perusahaan terhadap nilai perusahaan.
Link: <a href="https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/8284/3193">https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/8284/3193</a>					
4.	(Elfiana Rahmawati dan Endah Sulistyowati, 2023)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating	Variabel X: Struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Variabel Y: Nilai perusahaan. Variabel Z: Pertumbuhan perusahaan	Sampel penelitian ada perusahaan <i>consumer goods</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur modal terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan,</li> <li>2. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan.</li> <li>3. Struktur modal, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan yang di moderasi dengan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan mampu memoderasi terhadap pertumbuhan perusahaan.</li> </ol>
Link: <a href="https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5340/5367">https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5340/5367</a>					
5.	(Sri Hermuningsih, 2012)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Size</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan	Variabel X: Profitabilitas dan <i>size</i> Variabel Y:	Menggunakan data sampel perusahaan yang tercatat di	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal.</li> <li>2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening	Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2006 sampai dengan 2010.	<p>terhadap struktur modal.</p> <p>3. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Profitabilitas dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara tidak langsung melalui struktur modal.</p>
Link: <a href="https://journal.uii.ac.id/JSB/article/view/3304">https://journal.uii.ac.id/JSB/article/view/3304</a>					
6.	(Isnawati dan Widjajanti, 2019)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening.	Variabel X: Kepemilikan institusional, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode 2013-2017.	<p>1. Terdapat positif signifikan antara profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal dengan nilai perusahaan.</p> <p>2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kepemilikan institusional dan pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan.</p> <p>3. Struktur modal mampu memediasi hubungan antara profitabilitas, terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Struktur modal tidak mampu</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
					memediasi hubungan antara kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
Link: <a href="https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/1528">https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/1528</a>					
7.	(Mahatma Maghfiran dito dan Agustinus Santosa Adiwibowo, 2022)	Struktur Modal Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)	Variabel X: Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan  Variabel Y: Nilai perusahaan  Variabel Z: Struktur modal	Sampel pada penelitian ini adalah 69 data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019	<ol style="list-style-type: none"> <li>Profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>pertumbuhan perusahaan tidak pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>Interaksi antara profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>Interaksi antara ukuran perusahaan dan struktur modal memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>Interaksi antara pertumbuhan perusahaan dan struktur modal, di</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
					sisi lain, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Link: <a href="https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/33905">https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/33905</a>					
8.	(Wansani dan Mispiyanti, 2022)	Pengaruh <i>Price Earning Ratio</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi	Variabel X: <i>Price earning ratio</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Data sampel pada penelitian ini adalah pada 144 sampel perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI periode 2018-2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Price earning ratio</i>, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Struktur modal memperlemah hubungan antara <i>price earning ratio</i>, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
Link: <a href="https://jurnal.universitasputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/95">https://jurnal.universitasputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/95</a>					
9.	(Karin Sri Mardevi <i>et al.</i> , 2020)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi	Variabel X: Profitabilitas, capital, likuiditas Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Data sampel peneliti ini terdiri dari 27 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas dan likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.</li> <li>2. Struktur modal tidak dapat memediasi hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan, tetapi struktur</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
					modal dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.
Link: <a href="https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/14123">https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/14123</a>					
10.	(Amin Wijoyo dan Nastasya Cindy, 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, <i>Operating Leverage</i> , dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Intervening	Variabel X: Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur aktiva, <i>operating leverage</i> , dan likuiditas Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Sampel pada penelitian ini adalah 77 perusahaan dari 204 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2019 sampai 2021	<p>1. Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur aktiva, <i>operating leverage</i>, dan likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi.</p> <p>2. Secara parsial, profitabilitas dan <i>operating leverage</i> terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel lainnya tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/4869">https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/4869</a>					
11.	(Dewa Ayu Intan Yoga Maha	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan,	Variabel X: Profitabilitas, ukuran perusahaan,	Sampel pada penelitian ini	<p>1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
	Dewi dan Gede Mertha Sudiartha, 2017)	dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan	dan pertumbuhan aset Variabel Y: Struktur modal dan nilai perusahaan	menggunakan data perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014.	<p>2. Ukuran perusahaan dan pertumbuhan aset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal.</p> <p>3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>5. pertumbuhan aset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel struktur berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.</p>

<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1368260>

12.	(Rizkia Ayu Salsabila Rosyidi <i>et al.</i> , 2024)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai	Variabel X: Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan	Data sampel pada penelitian ini menggunakan 31 sampel pada perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di	<p>1. Profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
-----	---	---	---	---	--

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021	Variabel Z: Struktur modal	Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021	<p>3. Struktur modal tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://www.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/8449">https://www.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/8449</a>					
13.	(Clarinda <i>et al.</i> , 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel X: Profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan	Data sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018 sebanyak 46 sampel	<p>1. Profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/22173">https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/22173</a>					
14.	(Arsyada <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Keputusan Investasi	Variabel X: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan	Sampel pada penelitian ini adalah 72 sampel perusahaan	<p>1. Ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating	keputusan investasi Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	dengan kriteria perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia dari periode 2017-2019.	<p>2. Keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3. Struktur modal tidak dapat memoderasi secara signifikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Struktur modal dapat secara signifikan memoderasi pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://www.neliti.com/publications/526281/pengaruh-ukuran-perusahaan-profitabilitas-dan-keputusan-investasi-terhadap-nilai">https://www.neliti.com/publications/526281/pengaruh-ukuran-perusahaan-profitabilitas-dan-keputusan-investasi-terhadap-nilai</a>					
15.	(Putu Ayu Evriella Rossa <i>et al.</i> , 2023)	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di BEI 2019-2021	Variabel X: Likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan struktur modal Variabel Y: Nilai perusahaan	Data sampel yang digunakan berjumlah 40 sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021	<p>1. likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Struktur modal memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/6330">https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/6330</a>					

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
16.	(Bayu Eko Haryawan dan Andayani Andayani, 2017)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Sebagai Moderating	Variabel X: Struktur modal, profitabilitas dan ukuran Variabel Y: Nilai perusahaan	Data sampel pada penelitian adalah 90 sampel perusahaan konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Terdapat pengaruh positif dari struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang memoderasi pertumbuhan perusahaan dapat memperkuat korelasinya.</li> <li>3. Adanya pengaruh negatif dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang memoderasi pertumbuhan perusahaan dapat melemahkan korelasinya.</li> </ol>
<p>Link: <a href="https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1221">https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1221</a></p>					
17.	(Sagita <i>et al.</i> , 2023)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Dengan	Variabel X: Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan kebijakan deviden Variabel Y: Nilai perusahaan	Sampel yang digunakan berjumlah 83 perusahaan di sektor properti dan real estate yang terdaftar di	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas dan kebijakan dividen memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Likuiditas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif yang tidak</li> </ol>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
		Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Z: Struktur modal	IDX untuk periode 2017-2021	<p>signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3. Struktur modal tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Struktur modal dapat memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.</p>
Link: <a href="https://jurnalpasca.unram.ac.id/index.php/alexandria/article/view/458">https://jurnalpasca.unram.ac.id/index.php/alexandria/article/view/458</a>					
18.	(Sauh Gala Maharani <i>et al.</i> , n.d.)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Bidang Kelautan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2021	Variabel X: Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 44 perusahaan yang bergerak pada bidang kelautan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021	<p>1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>3. Struktur modal mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.</p> <p>4. Struktur modal tidak mampu memoderasi hubungan antara pertumbuhan</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
					perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Link: <http://repository.umrah.ac.id/4982/>

19.	(Winny Ratanade wi dan Henryanto Wijaya, 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Pada IDX Tahun 2018-2020	Variabel X: Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan Variabel Z: Struktur modal	Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 72 perusahaan manufaktur yang terdaftar di IDX pada tahun 2018-2020.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal.</li> <li>2. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.</li> <li>3. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>4. Pertumbuhan perusahaan dan struktur modal memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
-----	--	--	---	---	--

Link: <https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/23526/14953>

20.	(Nur Avita Mahdhiya tul Aeni dan Nur Fadjrih Asyik, 2019)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel X: Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan ukuran perusahaan Variabel Y:	Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 11 perusahaan makanan dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. Struktur modal dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh</li> </ol>
-----	---	--	---	--	---

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
			Nilai perusahaan	minuman yang terdaftar di IDX pada tahun 2013-2017.	negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Link: <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2237>

### C. Pengembangan Hipotesis

#### 1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki beberapa indikator yang sering digunakan yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) (Mujino *et al.*, 2021). Sebaliknya, penilaian suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada harga sahamnya, yaitu *Price/Earning Ratio* (PER) atau nilai pasarnya. Artikel ini membahas kekhawatiran investor mengenai kelanjutan operasi perusahaan. Jika nilai bisnis tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek positif terhadap potensi keuntungan yang dapat direalisasikan (Yoas *et al.*, 2020). Jika dilihat dari sudut pandang teori sinyal, profitabilitas yang tinggi merupakan tanda bahwa investor percaya bahwa suatu perusahaan memiliki kinerja keuangan yang kuat dan praktik bisnis yang baik, yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori agensi profitabilitas tinggi, manajer mampu mengelola aset secara efisien, yang dapat mengurangi konflik antara manajer dan investor, yang akan berdampak negatif pada pertumbuhan nilai perusahaan. Penelitian Kurnia *et al.*, (2021), Bita *et al.*, (2021), dan Isnaeni

*et al.*, (2021) yang menunjukkan hasil hipotesis yang sama yaitu sebagai berikut ini.

**H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

## **2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran suatu bisnis biasanya diukur dengan total aset, pendapatan, atau jumlah karyawan, yang mencerminkan kemampuannya dalam menjalankan bisnis dan menghasilkan pendapatan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki stabilitas yang lebih baik dan kemampuan yang lebih besar dalam mengelola risiko dan volatilitas pasar, sehingga menjadikannya lebih menarik bagi investor (Nursetya *et al.*, 2021). Pada nilai perusahaan dalam ukuran perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan proses masa depan perusahaan (Fakhr e Alam Afidi *et al.*, 2022). Terdapat korelasi positif antara ukuran perusahaan dan penilaian; semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pula penilaiannya di mata investor.

Menurut teori sinyal, semakin besar suatu perusahaan, semakin banyak informasi yang diberikan kepada investor mengenai kekuatan finansial dan keberlanjutan bisnisnya, sehingga membantu meningkatkan nilainya. Secara teori, perusahaan besar umumnya mendapat manfaat dari sistem pemantauan dan manajemen yang lebih baik, yang dapat meminimalkan asimetri informasi dan risiko tindakan oportunistik manajemen sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Bita *et al.*, (2021), Yanti *et al.*,

(2019), dan (Muhammad *et al.*, 2021) yang menunjukkan hasil hipotesis yang sama yaitu sebagai berikut ini.

**H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

### **3. Pengaruh Investasi Teknologi Informasi Terhadap Nilai Perusahaan**

Ketika perusahaan berinvestasi dalam TI, mereka tidak hanya memperkuat infrastruktur digital, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan daya saing yang pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan di mata investor (Sudrajat *et al.*, 2019). Berdasarkan teori sinyal, investasi dalam teknologi informasi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap inovasi dan efisiensi operasional yang memberikan sinyal positif kepada investor mengenai keunggulan kompetitif perusahaan. Pada teori agensi penerapan teknologi informasi dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan perusahaan, sehingga mengurangi kemungkinan konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajemen yang berdampak positif pada nilai perusahaan. Penelitian Dewi *et al.*, (2024) dan Farrakhan *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil hipotesis yang sama yaitu sebagai berikut ini.

**H3 : Investasi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

#### **4. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ketika perusahaan mengalami peningkatan aset, penjualan, laba atau melakukan ekspansi pasar yang menunjukkan bahwa perusahaan sedang berkembang dan memiliki kapasitas operasional yang lebih besar. Pertumbuhan pada perusahaan dapat memberikan kepercayaan lebih kepada investor karena mereka melihat adanya potensi keuntungan yang lebih besar di masa depan (Rossa *et al.*, 2023). Jika sebuah perusahaan tumbuh dengan baik, maka investor menganggap sebagai peluang yang baik yang dapat mendorong adanya peningkatan harga saham. Perusahaan yang dapat menangkap peluang pasar baru menunjukkan kemampuannya untuk berkembang dan memperluas operasinya yang akan meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar (Krisnando *et al.*, 2021).

Pada teori sinyal pertumbuhan perusahaan yang pesat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang cerah dan strategi bisnis yang sukses yang dapat menarik lebih banyak investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada teori agensi pertumbuhan perusahaan yang dikelola dengan baik menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengalokasikan sumber daya dan menghindari keputusan yang dapat merugikan pemegang saham sehingga memperkuat nilai perusahaan. Penelitian Rossa *et al.*, (2023), Husna *et al.*, (2020), dan Syahrani *et al.*, (2023) yang menunjukkan hasil hipotesis yang sama yaitu sebagai berikut ini.

**H4 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

## 5. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal mewakili konfigurasi pembiayaan suatu perusahaan, menggabungkan hutang dan ekuitas, yang menentukan biaya modal dan risiko keuangan yang akan dihadapi perusahaan (Feng *et al.*, 2020). Hubungan dari struktur modal dan nilai perusahaan terlihat dari pengelolaan utang dan ekuitas yang dapat mempengaruhi daya tarik perusahaan di mata investor. Ketika suatu bisnis memiliki struktur modal terbaik dan rasio uang-ekuitas yang seimbang, ia dapat mengurangi biaya modal dan meningkatkan potensi laba (Priyatama *et al.*, 2021). Hal ini berkontribusi pada meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

Teori struktur optimal memberi tahu pasar bahwa perusahaan memiliki strategi keuangan yang baik dan dapat mengelola risiko secara efektif, yang meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Menurut teori agensi, struktur modal yang sehat, terutama dalam hal penggunaan utang, dapat berfungsi sebagai alat yang disiplin bagi manajemen untuk mencegah keputusan yang merugikan saham, sehingga membantu meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Krisnando *et al.*, (2021), Putri *et al.*, (2022), dan Nopianti *et al.*, (2020) yang menunjukkan hasil hipotesis yang sama yaitu sebagai berikut ini.

**H5 : Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

## **6. Pengaruh Struktur Modal Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka investor semakin memberikan nilai yang lebih besar kepada perusahaan, baik dari segi kenaikan harga saham maupun nilai perusahaan secara keseluruhan di pasar (Nguyen, 2020). Namun, untuk memahami bagaimana profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara mendalam dapat dilihat melalui perspektif struktur modal. Struktur modal ialah bagaimana suatu perusahaan mendanai operasinya, apakah lebih banyak menggunakan ekuitas atau utang (Almomani *et al.*, 2022).

Teori sinyal menjelaskan bahwa kombinasi profitabilitas yang tinggi dan struktur modal yang sehat meningkatkan kemungkinan investor akan percaya bahwa perusahaan beroperasi secara menguntungkan dan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Menurut teori struktur modal yang baik dan optimal, hal itu dapat mengurangi kemungkinan manajemen akan menggunakan laba secara tidak efisien, yang berarti bahwa profitabilitas pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Iman *et al.*, (2023), Chandra *et al.*, (2023), dan Fauziah *et al.*, (2020) menunjukkan hasil bahwa struktur modal memiliki pengaruh terhadap profitabilitas yang dapat memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

**H6 : Struktur modal memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

## **7. Pengaruh Struktur Modal Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Struktur modal adalah kombinasi perhitungan yang digunakan oleh bisnis yang terdiri dari utang dan ekuitas untuk mengelola operasi dan investasi (Pangesti *et al.*, 2020). Bisnis yang memiliki area lebih besar secara konsisten mempunyai kapasitas operasional lebih besar, akses pasar lebih luas, dan kemampuan untuk memanfaatkan skala ekonomi (Chandra *et al.*, 2023). Kemajuan perusahaan yang sangat besar dapat mengakibatkan inefisiensi yang dapat menurunkan nilai perusahaan (Wansani *et al.*, 2022). Struktur modal yang seimbang antara utang dan ekuitas dapat membantu perusahaan untuk lebih efisien dalam pengelolaan sumber dayanya terutama dalam pengelolaan biaya pendanaan dan risiko (Fauziah *et al.*, 2020).

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan besar dengan struktur modal yang stabil memberikan sinyal kepada mereka memiliki kapasitas keuangan yang kuat untuk mempertahankan pertumbuhan jangka panjang yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dalam teori agensi struktur modal yang baik dalam membantu mengelola risiko keuangan perusahaan besar dengan lebih efektif sehingga mengurangi potensi konflik antara manajemen dan pemegang saham terkait pengelolaan aset dan modal. Penelitian Wansani *et al.*, (2022), Wibowo, (2020), dan Ayem *et al.*, (2023) menunjukkan hasil bahwa struktur modal memiliki pengaruh terhadap ukuran perusahaan yang dapat memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

**H7 : Struktur modal memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

### **8. Pengaruh Struktur Modal Memoderasi Investasi Teknologi Informasi Terhadap Nilai Perusahaan**

Investasi TI meliputi pengembangan infrastruktur digital dan aplikasi bisnis, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional serta mendukung inovasi produk dan layanan (Wilma Dovia, 2021). Namun, manfaat dari investasi bergantung pada struktur modal perusahaan, yaitu keseimbangan antara utang dan ekuitas yang digunakan dalam pembiayaan (Simanungkalit *et al.*, 2022). Struktur modal yang optimal dapat mendukung perusahaan untuk mengelola biaya investasi TI tanpa menimbulkan beban utang yang berlebihan, sehingga meningkatkan persepsi positif investor terhadap stabilitas dan potensi pertumbuhan perusahaan.

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi informasi dengan didukung struktur modal yang sehat menunjukkan strategis bisnis yang inovatif dan berkelanjutan yang dapat meningkatkan daya tarik investor dan nilai perusahaan. Dalam teori agensi struktur agensi modal yang seimbang memastikan bahwa investasi TI dilakukan secara efisien dan tidak menjadi pemborosan dana, sehingga mencegah tindakan manajerial yang dapat merugikan pemegang saham. Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat di asumsikan hipotesis pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

**H8 : Struktur modal memoderasi investasi teknologi informasi terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

## **9. Pengaruh Struktur Modal Memoderasi Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Struktur modal berperan dalam mengatur bagaimana perusahaan membiayai pertumbuhan dan berusaha meningkatkan nilainya di mata para pemangku kepentingan khususnya investor pertumbuhan perusahaan diukur melalui peningkatan aset, penjualan, laba atau ekspansi pasar (Wibowo, 2020). Bisnis yang memenuhi ambang batas pertumbuhan signifikan dianggap memiliki profil investor yang baik karena pertumbuhan tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kapasitas operasionalnya dan menahan fluktuasi pasar. Struktur modal yang ideal dapat membantu bisnis memanfaatkan pertumbuhan positif.

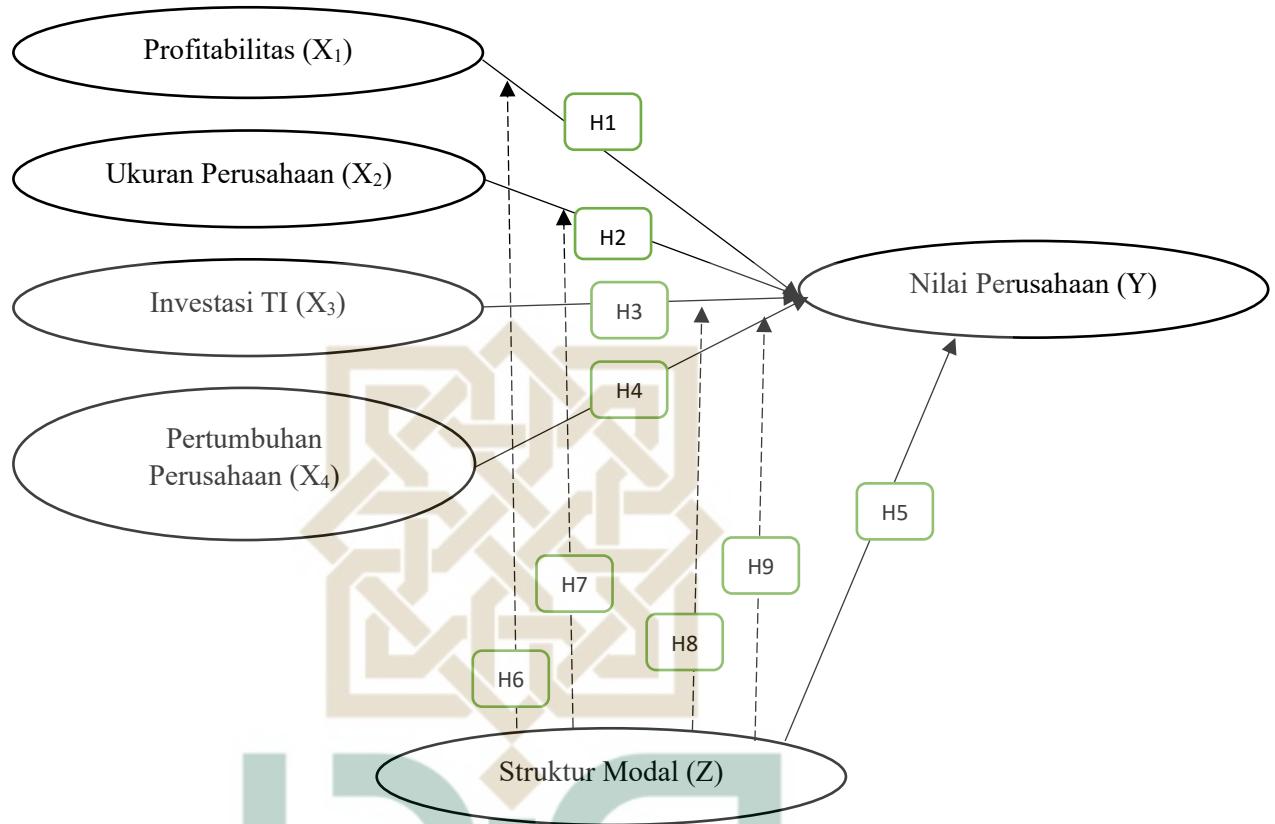
Berdasarkan teori sinyal perusahaan dengan pertumbuhan tinggi yang di dukung oleh struktur modal yang baik menunjukkan kepada investor bahwa mereka memiliki strategi ekspansi yang solid dan dikelola dengan baik yang meningkatkan nilai perusahaan. Dalam teori agensi struktur modal yang optimal dapat membantu perusahaan dalam mengelola pertumbuhan dengan lebih efektif, mengurangi risiko pengambilan keputusan yang tidak menguntungkan bagi pemegang saham dan memastikan bahwa ekspansi perusahaan sejalan dengan kepentingan pemilik modal. Penelitian Fauziah *et al.*, (2020), Ratanadewi *et al.*, (2023), dan Wijoyo *et al.*, (2023) menunjukkan hasil bahwa struktur modal

memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan yang dapat memoderasi hubungan pertumbuhan perusahaan dengan nilai perusahaan.

**H9 : Struktur modal memoderasi pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023.**

#### **D. Kerangka Teoritik**

Kerangka teoritik pada penelitian ini menjelaskan hubungan antara Profitabilitas ( $X_1$ ) yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) yang diukur dari total aset yang menunjukkan kapasitas operasional perusahaan. Investasi Teknologi Informasi ( $X_3$ ) yang diukur melalui dengan menambahkan mesin dan peralatan dibagi oleh total aset investasi yang terdaftar dalam arus kas yang diungkapkan dalam kegiatan investasi. Pertumbuhan Perusahaan ( $X_4$ ) yang menggambarkan peningkatan total aset, penjualan atau ekspansi pasar dari waktu ke waktu. Nilai Perusahaan ( $Y$ ), yang menunjukkan seberapa besar perusahaan dihargai oleh pasar yang diukur melalui harga saham. Struktur Modal ( $Z$ ) sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah variabel yang diteliti pada penelitian ini. Adapun kerangka penelitian ini ialah sebagai berikut ini.



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian**

*Sumber: Data diolah peneliti, 2024.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan positivisme dan bertujuan untuk menyelidiki populasi atau sampel yang dimaksud. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diverifikasi (dibuktikan) dengan menggunakan prosedur statistik atau metode penelitian lainnya (Sugiyono, 2017). Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatian pada beberapa gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan di antara variabel-variabel selanjutnya akan dianalisis dengan alat uji statistik serta menggunakan teori yang objektif (Jaya, 2020).

Untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan akan di analisis data yang dilakukan secara kuantitatif atau statistik dengan menggunakan aplikasi Eviews 12. Penelitian ini pun akan disusun berdasarkan laporan keuangan setiap perusahaan teknologi yang terdaftar Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang dipublikasikan pada tahun 2019 – 2023.

#### **B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel merupakan atribut sekaligus objek yang menjadi titik perhatian pada suatu penelitian. Sedangkan definisi operasional memberikan gambaran yang lebih tepat tentang pengertian tersebut. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X), variabel terikat (Y), dan variabel moderator (Z).

## 1. Variabel Dependen

Variabel dependen mempengaruhi atau menjadi sebab akibat dari variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y). PBV digunakan untuk menghitung nilai perusahaan yang akan menilai valuasi pasar terhadap manajemen dan organisasi perusahaan seiring pertumbuhannya. Adapun persamaan rumusan matematis rasio tersebut sebagai berikut ini menurut Brigham *et al.*, (2011) di dalam Fauziah *et al.*, (2020).

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

## 2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2017). Adapun variabel independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

### a. Profitabilitas ( $X_1$ )

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehubungan dengan penjualannya, total aset dan ekuitas pemegang saham. Dalam penelitian ini, return on equity (ROE) digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas. ROE adalah angka yang mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih relatif terhadap pengembalian ekuitas pemegang saham (Fauziah *et al.*, 2020). Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut.

$$ROE = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total ekuitas}} \times 100\%$$

b. Ukuran Perusahaan (X<sub>2</sub>)

Ukuran perusahaan menurut Gerianta (2018) di dalam (Wansani et al., 2022) merupakan skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, dan nilai saham.

$$\text{Firm Size} = \ln (\text{Total Penjualan})$$

c. Investasi Teknologi Informasi (X<sub>3</sub>)

Investasi teknologi informasi adalah alokasi sumber daya untuk pengembangan dan penerapan teknologi informasi di dalam perusahaan guna mendukung operasional, meningkatkan efisiensi, dan mendorong investasi (Xiude et al., 2021). Dalam penelitian ini, investasi teknologi informasi (ITI) menurut Andi (2020) dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut ini.

$$ITI = \frac{\text{Penambahan mesin dan peralatan}}{\text{Total aset investasi}}$$

d. Pertumbuhan Perusahaan(X<sub>4</sub>)

Dibandingkan dengan total aset periode sebelumnya, pertumbuhan perusahaan didefinisikan sebagai perbedaan antara total aset bisnis selama periode berjalan dan waktu sebelumnya (Fauziah et al., 2020).

*Growth* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut ini.

$$Growth = \frac{\text{total aktiva} - \text{total aktiva} (t - 1)}{\text{total aktiva} (t - 1)}$$

### 3. Variabel Moderasi

Struktur modal (Z) merupakan variabel *moderating* dalam penelitian ini, yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Struktur modal yang merupakan gabungan dari utang dan ekuitas digunakan untuk menentukan tujuan manajemen suatu bisnis (Fauziah *et al.*, 2020).

Struktur modal dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rasio *Debt to Ratio* (DER) dengan rumus sebagai berikut ini.

$$DER = \frac{\text{total debt}}{\text{total equity}}$$

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi menunjuk suatu objek atau subjek yang mempunyai ciri-ciri dan sifat-sifat yang ditentukan oleh peneliti, yang digunakan untuk mendefinisikan objek atau subjek penelitian (Sugiyono, 2017). Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di ISSI dari tahun 2019 hingga 2023 merupakan mayoritas populasi perusahaan dalam penelitian ini. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) hanya mencakup perusahaan-perusahaan yang mematuhi standar syariah, oleh karena itu penelitian ini akan difokuskan pada perusahaan-perusahaan di sektor teknologi yang telah mematuhi prinsip-prinsip syariah.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Sederhananya sampel dapat dikatakan

sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel yang akan digunakan yaitu 42 perusahaan di sektor teknologi yang terdaftar ISSI. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik yang melibatkan evaluasi kriteria tertentu yang relevan untuk menentukan ukuran sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Beberapa kriteria pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Perusahaan di sektor teknologi yang tercatat di ISSI periode 2019–2023 sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh DSN-MUI dalam Fatwa No. 40 tahun tersebut tentang Pasar Modal dan Prinsip Umum Penerapan Syariah.
- b. Perusahaan teknologi yang memberikan informasi rinci mengenai variabel penelitian.
- c. Perusahaan teknologi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan.

**Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel**

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019 – 2023 sesuai dengan aturan yang ditetapkan DSN-MUI pada Fatwa No. 40 Tahun tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah.	42
2.	Perusahaan teknologi yang tidak lengkap dalam menyajikan informasi terkait variabel penelitian.	(25)
3.	Perusahaan sektor teknologi yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan.	(9)
<b>Total</b>		<b>8</b>

*Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024.*

Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas, hanya 8 perusahaan teknologi yang dipilih sebagai sampel dalam studi ini dari total 42 perusahaan. Berikut ini adalah daftar perusahaan yang akan menjadi sampel dalam studi ini.

**Tabel 3.2 Perusahaan Teknologi Yang Menjadi Sampel Penelitian**

No.	Kode Saham	Nama Penerbit Efek
1.	MTDL	PT Metrodata Electronics Tbk
2.	NFCX	PT NFC Indonesia Tbk
3.	PGJO	PT Tourindo Guide Indonesia Tbk
4.	RUNS	PT Global Sukses Solusi Tbk
5.	TFAS	PT Telefast Indonesia Tbk
6.	TRON	PT Teknologi Karya Digital Nusa Tbk
7.	WIFI	PT Solusi Sinergi Digital Tbk
8.	ZYRX	PT Zyrexindo Mandiri Buana Tbk

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024.*

## **D. Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan**

### **1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang terdiri dari kuantitas yang dapat diukur dan diuji secara statistik. Untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut, data dikumpulkan dalam bentuk angka yang mempresentasikan kinerja dan kondisi keuangan perusahaan.

### **2. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data orde kedua. Sumber data kedua yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI periode 2019–2023, jurnal penelitian, dan buku-buku tentang variabel penelitian ini.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan di bawah ini.

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan ialah dengan mengumpulkan data yang dicari dari buku, laporan, dan materi lain yang terkait dengan subjek yang diteliti.

b. Metode dokumentasi

Pada metode dokumen, peneliti memperoleh data harga saham dan laporan keuangan perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI tahun 2019-2023 melalui tautan [Indeks Saham \(idx.co.id\)](https://www.idx.co.id).

#### E. Metode Analisis Data

##### 1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011), uji normalitas memungkinkan untuk memeriksa apakah variabel penganggu atau residu model regresi mengikuti distribusi normal. Asumsi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : data sisa mengikuti distribusi normal.

$H_a$  : data sisa tidak berdistribusi normal.

Jika tingkat signifikansi data melebihi 0,05 atau 5% maka  $H_0$  dapat dikatakan diterima yang berarti data tersebar secara teratur (Ghozali, 2011).

b. Uji Heteroskedastisitas

Ketidakseragaman varian residual dalam suatu model regresi dikenal dengan istilah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi apabila hasil residu model atau kesalahan tidak berbeda nyata antar pengamatan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pengamatan mempunyai variasi yang berbeda-beda akibat latar belakang keadaan yang tidak dimasukkan dalam model (Ghozali, 2011).

## 2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji t menggunakan nilai signifikan atas perolehan uji t statistik dengan derajat keyakinannya 5% ( $p$ -values  $<0,05$ ). Terdapat 2 kemungkinan hasil atas pengujian t, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi uji-t  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikansi uji-t  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan dalam model regresi untuk menentukan apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen pada saat yang sama. Studi ini menghitung dampak keseluruhan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang paling sering digunakan adalah 0,05 atau 5%. Jika nilai p uji F kurang dari 0,05, ini menunjukkan bahwa satu faktor independen dapat memengaruhi variabel dependen secara signifikan secara kooperatif (Ghozali, 2011).

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

$R^2$  adalah ukuran kapasitas model regresi untuk menjelaskan variabel dependen berdasarkan variabel independen. Dalam model regresi,  $R^2$  menunjukkan bahwa beberapa variabel signifikan yang bergantung pada variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Analisis regresi Skor  $R^2$  mengungkap beberapa model yang baik yang menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Variabel independen yang signifikan dan relevan akan lebih membantu dalam menjelaskan variabel dependen dalam model regresi (Ghozali, 2011).

d. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

*Moderated Regression Analysis (MRA)* merupakan salah satu jenis regresi linier berganda yang melibatkan interaksi antara faktor independen dan moderator (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, pengujian MRA digunakan untuk mengetahui pengaruh Struktur Modal

(Z) sebagai moderator dalam mempengaruhi hubungan antara Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), dan Pertumbuhan Perusahaan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Jika hasil uji menunjukkan bahwa koefisien variabel interaksi signifikan, maka struktur modal dapat dikatakan berperan sebagai variabel moderasi. Persamaan regresi moderasi dapat dirumuskan sebagai berikut ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_4 Z + \beta_5 (X_1 * Z) + \beta_6 (X_2 * Z) + \beta_7 (X_3 * Z) + \beta_8 (X_4 * Z) + e$$

Dimana:

Y : Nilai perusahaan (variabel dependen)

$\alpha$  : Konstanta

X1 : Profitabilitas

X2 : Ukuran Perusahaan

X3 : Investasi Teknologi Informasi

X4 : Pertumbuhan Perusahaan

Z : Struktur Modal

$X * Z$  : Interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi

$\beta$  : Koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh masing-masing variabel

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Indeks saham syariah adalah ukuran statistik yang mencerminkan pergerakan harga sekumpulan saham syariah yang diseleksi berdasarkan kriteria tertentu. Adapun penyeleksian saham syariah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan menerbitkan Daftar Efek Syariah (DES) artinya BEI tidak melakukan seleksi saham syariah, melainkan menggunakan DES sebagai acuan untuk pemilihannya. Salah satu tujuan dari indeks saham syariah adalah untuk memudahkan investor dalam mencari acuan dalam berinvestasi syariah di pasar modal.

Pada tanggal 12 Mei 2011 BEI meluncurkan ISSI, yaitu indeks gabungan saham berbasis syariah. Kinerja pasar saham yang tercatat di BEI diukur dengan ISSI. Seluruh konstituen ISSI merupakan saham syariah yang tercatat di papan pengembangan dan papan utama BEI serta merupakan bagian dari Daftar Efek Syariah (DES) OJK. Berdasarkan jadwal penilaian DES, konstituen ISSI dipilih kembali sebanyak dua kali dalam setahun, yaitu pada bulan Mei dan November. Akibatnya, ada saham yang masuk atau keluar dari daftar komponen ISSI pada setiap sesi pemilihan. Pendirian ISSI didukung oleh Fatwa DSN-MUI mengenai Industri Pasar Modal Syariah pada Fatwa No. 05 Tahun 2000 Tentang Jual Beli Saham yang menetapkan fatwa tentang jual beli dalam ketentuan tentang pembayaran sebagai berikut ini.

- a. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
- b. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- c. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

Selain ketentuan pembayaran, barang yang diperjual belikan pun memiliki ketentuan yang tetapkan yaitu sebagai berikut.

- a. Harus jelas ciri dan dapat diakui sebagai hutang.
- b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c. Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan (Dewan Syariah Nasional MUI, 2000).

Kemudian di perkuat oleh Fatwa No. 40 Tahun tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah yang menetapkan pada pada bab V mengenai transaksi Efek Pasal 5 Transaksi yang dilarang sebagai berikut.

- a. Pelaksanaan transaksi harus dilakukan menurut prinsip kehati-hatian serta tidak diperbolehkan melakukan spekulasi dan manipulasi yang di dalamnya mengandung unsur *dharar, gharar, riba, maisir, risywah*, maksiat dan kezaliman.

b. Transaksi yang mengandung unsur *dharar*, *gharar*, *riba*, *maisir*, *risywah*, maksiat dan kezaliman sebagaimana dimaksud ayat 1 di atas meliputi.

- 1) *Najsy*, yaitu melakukan penawaran palsu.
- 2) *Bai` al ma'dum* yaitu menjual barang (surat berharga syariah) yang belum dimiliki (*short selling*).
- 3) *Insider trading*, yaitu memakai informasi orang dalam untuk memperoleh keuntungan atas transaksi yang dilarang.
- 4) Menimbulkan informasi yang menyesatkan.
- 5) *Margin trading*, yaitu melaksanakan transaksi atas Efek Syariah dengan fasilitas kredit berbasis bunga di bawah tanggung jawab penyelesaian Efek Syariah..
- 6) *Ihtikar* (penimbunan), yaitu melakukan pembelian atau dan pengumpulan suatu Efek Syariah untuk menyebabkan perubahan harga Efek Syariah dengan tujuan mempengaruhi pihak lain.
- 7) Dan transaksi-transaksi lain yang mengandung unsur-unsur di atas (Dewan Syariah Nasional MUI, 2002)

## B. Temuan Hasil Penelitian

### 1. Uji Pemilihan Model

#### a. Pengujian Regresi Data Panel

##### 1) Uji Chow

**Tabel 4.1 Hasil Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-section F	0.813774	(7,27)	0.5839
Cross-Section Chi-Square	7.657148	7	0.3638

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil pengujian, nilai probabilitas *Cross-section F* adalah 0,5839 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hipotesis nol yang menyatakan bahwa *Common Effect Model* (CEM) merupakan model yang lebih baik untuk digunakan daripada *Fixed Effect Model* (FEM) diterima..

##### 2) Uji Hausman

**Tabel 4.2 Hasil Uji Hausman**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq d.f	Prob.
Cross-section Random	4.733551	5	0.4493

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai *cross-section random* sebesar 0,4493 yang berarti bahwa *Random Effect Model* (REM) lebih tepat digunakan dibandingkan dengan *Fixed Effect Model* (FEM) dan hipotesis nol diterima.

### 3) Uji *Lagrange Multiplier*

**Tabel 4.3 Hasil Uji *Lagrange Multiplier***

	Cross-Section	Test Hypothesis Time	Both
Bruesch-Pagan	0.216556 (0.6417)	0.213418 (0.6441)	0.429973 (0.5120)
Honda	-0.465356 (0.6792)	-0461971 (0.6779)	-0655719 (0.7440)
King-Wu	-0.465356 (0.6792)	-0461971 (0.6779)	-0655719 (0.7440)
Standardized Honda	-0.073121 (0.5291)	0.258401 (0.3980)	-3.459466 (0.9997)
Standardized King-Wu	-0.073121 (0.5291)	0.258401 (0.3980)	-3.459466 (0.9997)
Gourieroux, et al.	-	-	0.000000 (1.0000)

Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas pada *Breusch-Pagan* yaitu sebesar 0.6417, sedangkan hasil uji *Honda* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.6792 yang keduanya lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, hipotesis nol terima, yang menyatakan bahwa *Common Effect Model* (CEM) lebih tepat dibandingkan *Random Effect Model* (REM).

### b. Model Estimasi Regresi Data Panel Terbaik

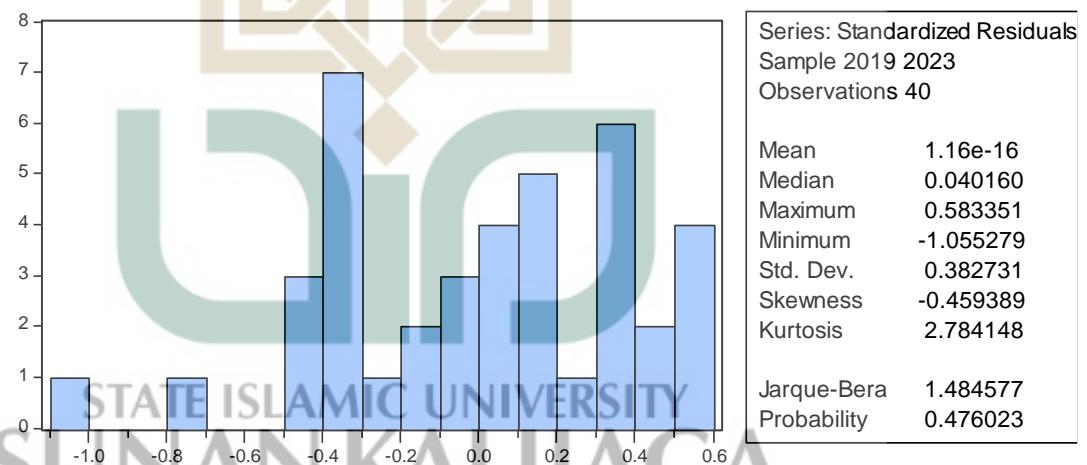
Berdasarkan hasil uji pemilihan model regresi data panel, *Common Effect Model* (CEM) merupakan model yang paling tepat untuk penelitian ini. Hal ini didukung oleh tiga tingkat pengujian yang telah dilakukan. Uji Chow menunjukkan bahwa nilai *F cross-section* yang menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima dan CEM lebih sesuai

daripada FEM. Uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section random* /menunjukkan bahwa REM adalah model yang lebih tepat daripada FEM. *Lagrange Multiplier* menunjukkan bahwa nilai probabilitas Breusch-Pagan dan Honda menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima dan CEM adalah model yang lebih tepat daripada REM. Hasilnya, *Common Effect Model* (CEM) adalah yang paling cocok untuk penelitian ini.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas**



Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa data pada penelitian ini dapat terdistribusi normal dengan nilai probabilitas sebesar 0.476023 yang lebih besar dari 0,05. Jadi temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi secara teratur, yang menunjukkan asumsi normalitas telah terpenuhi.

### b. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.0766085	0.766085	0.094097	0.9256
Profitabilitas (X <sub>1</sub> )	-0.006440	0.025931	-0.248355	0.8054
Ukuran Perusahaan (X <sub>2</sub> )	0.041546	0.075805	0.548058	0.5872
Investasi TI (X <sub>3</sub> )	-0.022592	0.038478	-0.587140	0.5610
Pertumbuhan Perusahaan (X <sub>4</sub> )	-0.244674	1.960688	-0.124790	0.9014
Struktur Modal (Z)	0.0515896	0.094470	0.549339	0.5864

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai probabilitas yang  $> 0,05$  yaitu Profitabilitas (X<sub>1</sub>) sebesar 0.8054, Ukuran Perusahaan (X<sub>2</sub>) sebesar 0.5872, Investasi Teknologi Informasi (X<sub>3</sub>) sebesar 0.5610, Pertumbuhan Perusahaan (X<sub>4</sub>) sebesar 0.9014, dan Struktur Modal (Z) sebesar 0.5864. Karena semua nilai probabilitas tersebut melebih nilai signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, yang artinya varians residual dalam model ini bersifat konstan dan tidak terdapat pola tertentu dalam penyebarannya dan dapat dianggap valid untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

R-Squared	0.497074	Mean dependent var	3.209 500
Adjusted R-squared	0.423114	S.D. dependent var	0.539 686

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, nilai  $R^2$  sebesar 0,497074 menunjukkan bahwa 49,7% variabilitas bisnis dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini, yang meliputi profitabilitas, ukuran perusahaan, investasi teknologi informasi, pertumbuhan bisnis, dan struktur modal. Secara umum, faktor di luar model penelitian menjelaskan sebesar 50,3%. Jika dibandingkan dengan jumlah variabel independen dalam model, nilai R-kuadrat yang disesuaikan sebesar 42,3% menunjukkan bahwa daya prediksi model cukup baik. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang moderat dalam menjelaskan rentang perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI selama periode 2019–2023.

#### b. Uji Simultan (F)

**Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan (F)**

F-statistic	6.720878	Durbin-Watson stat	2.259100
Prob (F-statistic)	0.000188		

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa nilai F-statistik sebesar 6,7230878 dengan probabilitas  $0,000188 < 0,05$ . Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

### c. Uji Parsial (t)

**Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (t)**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-3.381742	1.426110	-2371305	0.0235
Profitabilitas (X1)	0.141422	0.048272	2.929683	0.0060
Ukuran Perusahaan (X2)	0.555373	0.141115	3.935604	0.0004
Investasi TI (X3)	0.162930	0.071629	2.274652	0.0294
Pertumbuhan Perusahaan (X4)	4.887455	3.649931	1.339054	0.1894
Struktur Modal (Z)	0.482680	0.175861	2.744667	0.0094

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil uji secara parsial di atas, maka dapat disimpulkan pengaruh masing-masing variabel pada penelitian ini terhadap nilai perusahaan sebagai berikut.

- 1) Profitabilitas (X<sub>1</sub>) memiliki nilai probabilitas  $0.0060 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H<sub>1</sub> diterima, yang artinya bahwa Profitabilitas (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).
- 2) Ukuran Perusahaan (X<sub>2</sub>) memiliki nilai probabilitas  $0.0004 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H<sub>2</sub> diterima, yang artinya bahwa Ukuran Perusahaan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).
- 3) Investasi Teknologi Informasi (X<sub>3</sub>) memiliki nilai probabilitas  $0.0294 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H<sub>3</sub> diterima, yang artinya bahwa Investasi Teknologi Informasi (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

4) Pertumbuhan Perusahaan ( $X_4$ ) memiliki nilai probabilitas  $0.1894 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $H_4$  ditolak, yang artinya bahwa Pertumbuhan Perusahaan ( $X_4$ ) tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

5) Struktur Modal (Z) memiliki nilai  $0.0096 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $H_5$  diterima, yang artinya bahwa Struktur Modal (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

**d. *Moderated Regression Analysis (MRA)***

**Tabel 4.9 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis (MRA)***

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.256764	0.288980	7.809402	0.0000
Struktur Modal Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	0.048100	0.032553	1.477570	0.1485
Struktur Modal Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	0.155318	0.091013	1.706545	0.0968
Struktur Modal Memoderasi Investasi TI Terhadap Nilai Perusahaan	0.145296	0.068316	2.126820	0.0406
Struktur Modal Memoderasi Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	-2.298306	2.412163	-0.952799	0.3472

*Sumber : Data di olah oleh peneliti, 2025.*

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* di atas, menunjukkan bahwa interaksi antara variabel moderasi yaitu Struktur Modal (Z) dan Investasi TI ( $X_3$ ) memiliki nilai probabilitas  $0.0406 < 0,05$  yang artinya bahwa Struktur Modal (Z) mampu

memperkuat hubungan antara Investasi TI ( $X_3$ ) dan Nilai Perusahaan (Y). Sedangkan interaksi antara Struktur Modal (Z) dengan variabel lainnya tidak menunjukkan signifikansi ( $p-value > 0,05$ ) yang berarti Struktur Modal tidak dapat memoderasi pengaruh pada Profitabilitas ( $X_1$ ), Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ), Pertumbuhan Perusahaan ( $X_4$ ), dan Nilai Perusahaan (Y).

### **C. Pembahasan**

#### **1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji parsial ( $t$ ) profitabilitas mempunyai nilai probabilitas sebesar  $0,0060 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis awal ( $H_1$ ) dapat tervalidasi, artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin meningkat pula nilainya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurnia *et al.*, (2021), Bita *et al.*, (2021), dan Isnaeni *et al.*, (2021) yang semuanya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi umumnya memiliki harga saham yang lebih tinggi dan lebih menarik bagi investor, karena kinerja keuangannya yang kuat dan prospek pertumbuhan yang menjanjikan.

Profitabilitas pengaruh terhadap nilai perusahaan karena menunjukkan efisiensi operasional dan keberhasilan manajemen dalam menghasilkan keuntungan. Investor pada umumnya lebih cenderung berinvestasi pada

perusahaan yang mempunyai keuntungan lebih tinggi karena kemungkinan return yang lebih tinggi. Profitabilitas yang kuat memungkinkan perusahaan membiayai ekspansi komersialnya dan membayar dividen kepada pemegang sahamnya, yang selanjutnya memperkuat daya tariknya di pasar. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan memperoleh penilaian yang lebih tinggi dari investor, sehingga akan berpengaruh positif terhadap penilaian perusahaan.

Dalam teori *signaling*, profitabilitas yang tinggi merupakan indikator positif bagi investor bahwa suatu perusahaan berkinerja baik dan mampu memperoleh laba secara konsisten sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Dalam kerangka teori keagenan, profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen telah memenuhi perannya dengan mengelola aset perusahaan secara efektif, sehingga membantu mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham.

## **2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) ukuran perusahaan mempunyai nilai probabilitas sebesar  $0.0004 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) tervalidasi, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilainya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bita et al., (2021), Yanti et al., (2019) dan Muhamramah et al., (2021) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan

dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hal tersebut terjadi karena perusahaan besar lebih mampu dalam mengakses sumber pendanaan eksternal, memiliki stabilitas operasional yang lebih kuat, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena akses yang lebih besar ke sumber pendanaan eksternal seperti pinjaman bank dan penerbitan saham, skala perusahaan berdampak pada nilainya. Karena operasinya yang unggul, bisnis yang lebih besar biasanya lebih tangguh terhadap perubahan di pasar. Perusahaan dengan skala besar dapat memperoleh skala ekonomi yang lebih menguntungkan seperti pengurangan biaya produksi dan distribusi.

Dalam teori sinyal, ukuran perusahaan yang lebih besar memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan tersebut mempunyai kekuatan finansial yang kuat dan stabilitas bisnis yang lebih baik, sehingga meningkatkan daya tarik investasinya. Menurut teori keagenan, perusahaan besar cenderung memiliki sistem tata kelola yang lebih baik sehingga dapat meminimalkan perilaku oportunistik manajer dan meningkatkan transparansi dalam pengelolaan perusahaan.

### **3. Pengaruh investasi teknologi informasi (ITI) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), investasi teknologi informasi memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0294 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu hipotesis ketiga (H3) diterima. Artinya, semakin besar investasi perusahaan pada teknologi informasi, maka semakin meningkat pula nilainya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudrajat et al., (2019), Dewi et al., (2024) dan Farrakhan et al., (2024). Mereka semua telah menunjukkan bahwa investasi di bidang teknologi informasi dapat meningkatkan nilai bisnis. Perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi menikmati keuntungan dalam efisiensi operasional, peningkatan produktivitas, dan peningkatan kekuatan pasar.

Investasi teknologi informasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena diperlukan untuk perkembangan teknologi dunia yang semakin canggih, perusahaan yang mampu mengadopsi teknologi dengan baik akan lebih unggul dalam persaingan bisnis. Investasi TI memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat produksi, dan memperbaiki layanan pelanggan melalui otomatisasi dan analisis data yang lebih akurat. Pemanfaatan teknologi informasi yang tepat dapat meningkatkan inovasi produk dan strategi pemasaran yang berdampak pada peningkatan pendapatan dan profitabilitas. Namun, investasi TI yang tidak dikelola dengan baik dapat menjadi beban finansial bagi perusahaan karena biaya implementasi dan pemeliharaan yang tinggi.

Pada teori sinyal investasi TI menjadi sinyal bahwa perusahaan berkomitmen terhadap inovasi dan efisiensi operasional yang dapat

meningkatkan daya siang dan nilai perusahaan di mata investor. Pada teori agensi penggunaan teknologi informasi membantu meningkatkan transparansi, mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham serta mengoptimalkan pengelolaan sumber daya perusahaan.

#### **4. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan uji parsial ( $t$ ) pertumbuhan perusahaan mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,1894 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis keempat ( $H_4$ ) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilainya. Temuan penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Rossa *et al.*, (2023), Husna *et al.*, (2020), dan Syahrani *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilainya. Namun menurut penelitian yang dilakukan Santoso *et al.*, (2022), Irawati *et al.*, (2021), dan Saputri *et al.*, (2021) menunjukkan pertumbuhan perusahaan mempunyai dampak negatif dan tidak penting terhadap nilainya. Pertumbuhan perusahaan tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan karena berbagai faktor seperti ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola ekspansi dengan efisiensi atau adanya peningkatan biaya operasional yang tidak diimbangi dengan kenaikan laba.

Pertumbuhan perusahaan yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya yaitu pertumbuhan yang tinggi tidak selalu mencerminkan peningkatan profitabilitas, karena ekspansi bisnis sering membutuhkan biaya besar yang dapat mengurangi margin keuntungan. Perusahaan yang terlalu agresif dalam ekspansi dapat menghadapi masalah manajerial atau keuangan yang menyebabkan ketidakstabilan. Investor lebih memperhatikan profitabilitas dan efisiensi operasional daripada sekedar tingkat pertumbuhan.

Berdasarkan teori *signaling*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan tidak selalu menjadi indikator positif bagi investor pada perusahaan teknologi yang tidak diikuti dengan peningkatan profitabilitas dan manajemen yang baik. Pada teori agensi pertumbuhan yang cepat tanpa pengelolaan yang efektif dapat meningkatkan risiko keagenan, karena manajemen mungkin lebih baik pada ekspansi tanpa memperhatikan efisiensi dan keseimbangan keuangan perusahaan.

## **5. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji parsial (*t*), nilai probabilitas terkait struktur modal sebesar 0,0096 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu hipotesis nomor lima (H5) didukung yang menunjukkan bahwa struktur modal mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnando *et al.*, (2021), Putri *et al.*, (2022), dan Nopianti *et al.*, (2020) yang menemukan bahwa struktur modal dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan komposisi modal yang seimbang antara utang dan ekuitas cenderung lebih efisien dalam mengelola risiko keuangan serta biasa modal sehingga lebih menarik bagi investor.

Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena menentukan seberapa baik perusahaan dapat menggunakan sumber pendanaannya untuk meningkatkan profitabilitas dan stabilitas keuangan. Jika perusahaan memiliki terlalu banyak utang, maka beban bunga yang tinggi dapat menekan laba dan menurunkan nilai perusahaan. Jika perusahaan mengandalkan ekuitas terlalu besar tanpa memanfaatkan *leverage*, potensi pertumbuhan bisa terbatas karena kurangnya modal tambahan untuk ekspansi.

Dalam teori sinyal, struktur modal yang optimal memberikan pesan kepada investor bahwa perusahaan mempunyai strategi keuangan yang baik dan mampu mengelola risiko secara efektif sehingga memperkuat kepercayaan pasar. Pada teori agensi penggunaan utang dalam struktur modal dapat menjadi alat disiplin bagi manajemen, karena adanya kewajiban pembayaran bunga dan pokok yang harus dipenuhi, sehingga mencegah perilaku manajerial yang tidak efisien.

## **6. Pengaruh struktur modal sebagai variabel moderasi antara profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), interaksi antara struktur modal dan profitabilitas memiliki nilai profitabilitas sebesar  $0.1485 > 0,05$  sehingga hipotesis keenam (H6) ditolak, yang berarti struktur modal tidak memiliki peran dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Temuan ini tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Maghfirandito *et al.*, (2022) dan Fauziah *et al.*, (2020), namun lebih sejalan dengan penelitian Ariosafira *et al.*, (2022), Afni *et al.*, (2023), dan Sagita *et al.*, (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi antara profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, artinya struktur modal tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut.

Struktur modal tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, karena investor cenderung lebih memilih profitabilitas sebagai kriteria penilaian kinerja perusahaan. Selain itu, dalam industri teknologi yang memiliki pertumbuhan cepat, perusahaan lebih mengandalkan pendanaan berbasis ekuitas daripada utang, sehingga struktur modal tidak memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memperkuat hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pada bidang teori signaling terlihat bahwa struktur modal tidak mempererat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, artinya

investor masih mempersepsikan profitabilitas sebagai faktor tersendiri yang tidak dipengaruhi oleh struktur modal. Menurut teori keagenan, struktur modal tidak berfungsi sebagai alat kontrol tambahan untuk pengelolaan profitabilitas oleh manajemen, menunjukkan bahwa perusahaan yang sudah menghasilkan keuntungan tidak terlalu terpengaruh oleh komposisi dan ekuitasnya.

## **7. Pengaruh struktur modal sebagai variabel moderasi dalam pengaruh antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji *Moderate Regression Analysis* (MRA), interaksi antara struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan mempunyai probabilitas sebesar 0,0968 yang lebih besar dari 0,05 sehingga menyebabkan ditolaknya hipotesis ketujuh (H7). Artinya struktur modal tidak mempunyai pengaruh terhadap memperkuat atau memperlemah hubungan antara ukuran dan nilai perusahaan. Temuan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Magfirandito *et al.* (2022), namun konsisten dengan penelitian Afni *et al.*, (2023) dan Sagita *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa interaksi antara ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, artinya struktur modal tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut.

Ketidaksignifikan hasil ini dapat dijelaskan oleh karakteristik perusahaan teknologi yang umumnya lebih mengandalkan pendanaan ekuitas dibandingkan dengan utang. Perusahaan besar cenderung memiliki akses

luas terhadap sumber pendanaan eksternal tanpa mengandalkan struktur modal tertentu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Aset tak berwujud seperti inovasi teknologi memainkan peran yang lebih menentukan dalam penilaian suatu perusahaan dibandingkan ukurannya sendiri.

Dalam teori pensinyalan, struktur modal tidak memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan cukup sebagai sinyal kepercayaan bagi investor tanpa bergantung pada struktur modal. Pada teori agensi struktur yang tidak menjadi faktor yang membatasi atau mengontrol pengelolaan perusahaan besar yang berarti bahwa tata kelola perusahaan besar lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti regulasi dan kebijakan internal.

#### **8. Pengaruh struktur modal sebagai variabel moderasi dalam pengaruh antara investasi teknologi informasi (ITI) dan nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019 – 2023**

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), interaksi antara struktur modal dengan investasi T memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,0406 < 0,05$  sehingga hipotesis kedelapan (H8) dapat diterima yang artinya struktur modal memiliki peran dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara investasi teknologi informasi dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simanungkalit et al., (2022) yang menemukan bahwa struktur modal yang optimal memungkinkan perusahaan mengalokasikan investasi TI

secara lebih efisien dan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan struktur modal yang seimbang, perusahaan dapat memanfaatkan investasi TI untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing tanpa menghadapi risiko keuangan yang berlebihan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investasi TI dalam perusahaan teknologi memerlukan struktur modal yang kuat agar dapat memberikan manfaat yang optimal. Struktur modal yang baik dapat membantu perusahaan dalam mendanai proyek TI tanpa mengalami tekanan keuangan yang berlebihan dengan demikian, perusahaan yang memiliki kombinasi sumber pendanaan yang seimbang dapat lebih efektif dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Pada teori sinyal struktur modal yang baik dapat memperkuat sinyal positif dari investasi TI kepada investor yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki perencanaan keuangan yang matang untuk mendukung transformasi digital. Pada teori agensi struktur modal yang tepat dapat memastikan bahwa investasi TI dilakukan dengan efisien dan tidak menjadi pemborosan sumber daya yang dapat merugikan para pemegang saham.

**9. Pengaruh struktur modal sebagai variabel moderasi dalam pengaruh antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan teknologi yang terdaftar di ISSI pada periode 2019-2023**

Berdasarkan hasil uji MRA, interaksi struktur modal dengan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,3472 > 0,05$ . Dengan demikian hipotesis sembilan ( $H_9$ ) ditolak yang menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap menguat atau melemahnya hubungan antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Fauziah et al., (2020) namun sependapat dengan penelitian Suastini *et al.*, (2016) dan Setianingsih *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa interaksi antara pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, menunjukkan bahwa struktur modal tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut.

Salah satu alasan struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan ini adalah pertumbuhan industri teknologi lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti inovasi dan ekspansi pasar banyak perusahaan teknologi bertumbuh pesan dengan mengandalkan ekuitas daripada utang, sehingga struktur modal tidak memberikan dampak yang besar terhadap hubungan ini. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi sering berfokus pada reinvestasi keuntungan untuk pengembangan bisnis tanpa terlalu bergantung pada struktur modal tertentu.

Dalam teori *signaling*, struktur keuangan tidak dapat memperkuat hubungan antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa investor tidak mempersepsikan struktur keuangan sebagai sesuatu yang dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap

pertumbuhan perusahaan. Dalam teori keagenan, ketidakefektifan struktur keuangan dalam menghambat pertumbuhan perusahaan menunjukkan bahwa manajemen tidak selalu mampu mengeksplorasi struktur keuangan untuk mengelola ekspansi perusahaan.

