

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. *Resources Based Theory (RBT)*

Menurut Barney (1991) sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat diganti dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi suatu perusahaan. *Resources based theory* mengemukakan bahwa keberhasilan jangka panjang sebuah perusahaan sangat tergantung pada kualitas sumber daya yang dimilikinya. Konsep dasar dari teori sumber daya (*resources based theory*) adalah tidak semua sumber daya itu setara, dan keberhasilan perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk mengelola, mengembangkan, dan memanfaatkan sumber dayanya. Karyawan dengan beragam pengetahuan, keahlian, dan inovasi yang mereka miliki menjadi aset tidak ternilai dalam menjadikan perekonomian berbasis pengetahuan menjadi sukses (Triwaderi & Amanah, 2020).

Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, teori sumber daya terus berkembang untuk mengakomodasi perubahan teknologi, dinamika industri, dan tantangan baru yang dihadapi perusahaan. Dengan memahami dan mengelola sumber daya internal secara efektif, perusahaan dapat

memposisikan diri untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif.

## 2. Teori *Stakeholder*

Menurut Freeman (1984) teori *stakeholder* mengemukakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan berkewajiban memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* menekankan pentingnya memberikan perhatian terhadap pihak yang terlibat dalam aktivitas perusahaan. pemahaman terhadap kepentingan serta kebutuhan mereka menjadi penting, karena setiap pihak memiliki potensi untuk mempengaruhi dan juga menerima pengaruh dari keputusan dan kebijakan yang diimplementasikan oleh perusahaan.

Keberadaan suatu perusahaan tidak sekedar bergantung pada strategi internalnya saja, melainkan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder* (Pujaningrum & Andayani, 2017). Keterlibatan *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan, partisipasi mereka dapat membantu perusahaan memahami tren dan potensi yang ada dilingkungan sekitarnya. Perusahaan yang mampu membangun hubungan erat dengan *stakeholder* sangat memungkinkan untuk bertahan dalam menghadapi tantangan bisnis yang terus berubah. Dengan demikian, keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari aspek finansial

semata, tetapi juga dari kemampuannya dalam menjaga keseimbangan dan mendukung kesejahteraan semua pihak yang terlibat dalam ekistemnya.

### 3. *Intellectual Capital*

*Intellectual capital* (modal intelektual) adalah aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan. *Intellectual capital* mewakili pengetahuan, keterampilan dan keahlian individu dalam organisasi, serta kekayaan intelektualnya seperti hak paten, merek dagang, hak cipta dan rahasia dagang. *Intellectual capital* bukan hanya data atau informasi dalam file dan database tetapi semua pengetahuan yang berguna dalam bentuk apapun untuk mengelola suatu entitas (David H.Luthy, 1998).

*Intellectual capital* adalah bagian dari pengetahuan yang dapat menguntungkan bisnis. Pengetahuan ini dapat memberikan kontribusi yang dapat memberi nilai tambah dan kegunaan yang berbeda bagi perusahaan. menjadi berbeda berarti bahwa pengertian ini merupakan satu ciri pengenal yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Terdapat 3 komponen dari *intellectual capital* yaitu:

#### 1) *Human Capital*

Sumber daya manusia mencakup keterampilan, kompetensi dan pengetahuan karyawan dalam bidang tertentu yang penting bagi keberhasilan perusahaan. Selain itu, loyalitas, motivasi dan

fleksibilitas karyawan sering menjadi faktor yang signifikan juga, karena keahlian dan pengalaman karyawan perusahaan dapat berkembang dari waktu ke waktu.

2) *Relational Capital/Customer Capital*

*Relational capital* adalah hubungan yang harmonis antara organisasi dan bawahannya, yang timbul baik dari hubungan perusahaan dengan pemerintah atau hubungannya dengan penduduk setempat. *Relational capital* terdiri dari kepercayaan, reputasi, loyalitas pelanggan dan kemampuan untuk memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya luar. Modal pelanggan merupakan komponen penting dari modal intelektual dan didasarkan pada kepuasan, loyalitas dan keterlibatan pelanggan.

3) *Structural Capital*

Structural capital adalah kemampuan organisasi atau bisnis untuk mengelola proses dan struktur bisnisnya dengan cara memberdayakan karyawan untuk mencapai kinerja intelektual dan bisnis secara keseluruhan. Misalnya, sistem operasional perusahaan, proses produksi, budaya organisasi, filosofi manajemen dan segala bentuk kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan.

*Intellectual capital* pada penelitian ini diukur menggunakan *Value Added Intellectual Coefficients (VAIC)* yang dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1998. VAIC adalah suatu metode pengukuran kinerja

perusahaan yang menggabungkan elemen-elemen intelektual (*knowledge-based*) dengan elemen ekonomi untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan pengetahuan dalam menciptakan nilai tambah. Metode ini digunakan untuk menilai efisiensi *intellectual capital* dalam menciptakan nilai tambah perusahaan yang didasarkan pada interaksi tiga komponen utama yaitu *human capital*, *capital employed* dan *structural capital*. Rumus untuk menghitung *Value Added Intellectual Coefficients (VAIC)* yaitu:

$$\mathbf{VAIC = HCE + SCE + CEE}$$

Keterangan:

Nilai tambah atau *Value Added (VA)* adalah selisih antara penjualan (OUT) dan input (IN). Rumus untuk menghitung VA yaitu:

$$\mathbf{VA = OUT - IN}$$

OUT = Total pendapatan

IN = Beban usaha kecuali gaji dan tunjangan karyawan

Metode VAIC mengukur efisiensi tiga jenis input perusahaan yaitu modal manusia, modal struktur serta modal fisik dan finansial:

a. Modal manusia (*Human Capital/HC*), rumus untuk menghitung HCE yaitu:

$$\mathbf{HCE = VA/HC}$$

HC = Gaji dan tunjangan karyawan

- b. Modal struktur (*Structural Capital/SE*), rumus untuk menghitung SCE yaitu:

$$\mathbf{SCE = SC/VA}$$

$$SC = VA - HC$$

- c. Modal yang digunakan (*Capital Employed/CE*), rumus untuk menghitung CEE yaitu;

$$\mathbf{CEE = VA/CE}$$

$$CE = \text{Nilai buku aktiva bersih}$$

Sehingga nilai VAIC dapat diperoleh dengan menjumlahkan ketiga komponennya yaitu HCE, SCE dan CEE.

#### 4. *Leverage*

*Leverage* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses pinjaman uang dari satu perusahaan untuk memperbaiki proses operasionalnya (Suwardika & Mustanda, 2017). *Leverage* memiliki potensi untuk membantu bisnis apabila digunakan secara efektif, tetapi dapat mengakibatkan kegagalan bisnis jika digunakan secara tidak tepat. Utang yang digunakan oleh perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan, karena perusahaan yang menguntungkan memiliki komposisi modal yang lebih besar daripada utang (Dwi & Dahlia, 2015).

Dalam bisnis, konsep *leverage* sering digunakan untuk memperluas skala operasi perusahaan termasuk pembelian peralatan untuk menambah jumlah barang yang diproduksi, menambah jumlah karyawan atau

melakukan ekspansi usaha. *Leverage* digunakan dengan harapan akan meningkatkan keuntungan pelaku pasar saham dengan memberikan keuntungan yang lebih besar dari beban tetap perusahaan (Rusdiana & Asiah, 2016).

Dalam penelitian ini leverage diukur menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*), rasio ini menunjukkan adanya hubungan antara jumlah utang dengan jumlah modal usaha pada suatu perusahaan. Rasio utang terhadap modal merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk melihat kondisi keuangan suatu perusahaan. DER yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kewajiban utang yang kecil, sedangkan semakin tinggi DER suatu perusahaan maka semakin besar utang yang harus dibayar artinya perusahaan tersebut mendapat sumber dana dari pemberi utang bukan dari pendapatan usaha.

Rumus untuk menghitung DER (*Debt to Equity Ratio*) yaitu:

$$\text{DER} = \text{Total Liabilitas} \div \text{Total Ekuitas} \times 100\%$$

## 5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah metrik keuangan yang digunakan investor untuk menilai kinerja suatu perusahaan, serta alat untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau menghasilkan arus kas positif selama periode waktu tertentu dengan mempertimbangkan arus kas, biaya operasional, neraca dan faktor lainnya. Profitabilitas yang meningkat akan memberikan indikasi kualitas perusahaan yang lebih baik sehingga

minat investor untuk berinvestasi meningkat (Prasetyorini, 2013). Dengan kata lain, profitabilitas adalah tingkat efisiensi yang menunjukkan keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Ketika perusahaan mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi, jumlah laba yang dihasilkan meningkat. Laba yang tinggi ini dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pemegang saham dan investor menganggap perusahaan menjanjikan keuntungan di masa depan. Selain itu, profitabilitas yang konsisten menunjukkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan uang bahkan dalam lingkup bisnis yang kompetitif atau sulit. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan investor terhadap masa depan perusahaan yang berujung pada peningkatan nilai perusahaan.

Tingkat profitabilitas suatu perusahaan diukur menggunakan rasio profitabilitas. Pada penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan rasio ROE (*Return On Equity*), rasio ini menggambarkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang sahamnya berdasarkan ekuitas yang diinvestasikan. Semakin tinggi ROE, semakin efisien perusahaan dalam mengelola sumber dayanya.

Rumus untuk menghitung ROE (*Return On Equity*) yaitu:

$$\text{ROE} = \text{Laba bersih} \div \text{Total Equity} \times 100\%$$



## 6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah ukuran atau estimasi jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk aset fisik (seperti properti, peralatan dan inventaris), aset keuangan (seperti kas, investasi dan tagihan piutang) serta nilai merek dan reputasi perusahaan. bukan hanya kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga karakteristik operasional dan keuangan perusahaan, merupakan faktor yang mempengaruhi nilainya (Kadek & Kusumajaya, 2011). Selain itu, nilai perusahaan juga dapat dilihat dari keberhasilan organisasi manajemennya serta tingkat nilai jual atau likuiditasnya.

Secara umum, nilai perusahaan adalah kondisi yang ada dalam bisnis sebagai hasil dari kepercayaan publik terhadap operasi dan produk perusahaan. Jika nilai perusahaan meningkat maka kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan juga ikut meningkat karena menganggap perusahaan mampu memberikan pengembalian dana sesuai yang diharapkan. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi akan menyakinkan pasar tidak hanya tentang kesuksesan perusahaan saat ini tetapi juga prospeknya di masa depan (A. Kadim & Sunardi, 2019).

Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan PBV (*Price Book Value*), rasio ini memberikan gambaran tentang potensi investasi bagi investor. Jika rasio PBV lebih tinggi dari 1, ini menunjukkan bahwa harga saham perusahaan lebih tinggi dari nilai pasarnya, yang dapat

dilihat sebagai tanda bahwa saham sedang diperdagangkan dengan harga diskon atau undervalue. Sebaliknya, jika rasio PBV lebih tinggi dari 1, ini menunjukkan bahwa harga saham perusahaan lebih tinggi dari nilai pasarnya, yang dapat dilihat sebagai tanda saham tersebut diperdagangkan dengan harga premi atau overvalued.

Rumus untuk menghitung PBV (*Price Book Value*) yaitu:

$$\text{PBV} = \text{Harga saham} \div \text{Nilai buku per saham}$$

Keterangan:

- Harga saham adalah harga pasar saat ini dari saham tersebut
- Nilai buku per saham adalah total nilai aset bersih perusahaan dibagi jumlah saham yang beredar.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah kajian dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti atau akademis. Melalui penelitian sebelumnya, peneliti dapat mempelajari temuan sebelumnya, memahami metode penelitian yang telah digunakan dan mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang perlu diteliti lebih lanjut. Dengan membangun dan memperluas penelitian terdahulu, para peneliti dapat terus mengembangkan gagasan atau teori baru serta berkontribusi pada pemahaman umum dan penyelesaian masalah di berbagai bidang.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

NO	Judul, Peneliti, Penerbit dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	<p><b>Judul</b> Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Intellectual Capital</i> Sebagai Variabel Moderasi</p> <p><b>Peneliti</b> Muhammad Arie Wibowo Indah Yuliana</p> <p><b>Penerbit</b> Inovator Jurnal Manajemen</p> <p><b>Tahun</b> 2020</p>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan LQ45 dan <i>intellectual capital</i> dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode 2016-2018.
2	<p><b>Judul</b> Pengaruh <i>Leverage</i>, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Konstruksi dan Bangunan Tahun 2015-2019</p> <p><b>Peneliti</b> Kathleen</p> <p><b>Penerbit</b> Parsimonia Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis</p> <p><b>Tahun</b> 2021</p>	Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas suatu perusahaan juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

NO	Judul, Peneliti, Penerbit dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	<p><b>Judul</b> Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p><b>Peneliti</b> Choirul Iman Fitri Nurfatma Sari Nanik Pujiati</p> <p><b>Penerbit</b> Jurnal Ekonomi &amp; Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika</p> <p><b>Tahun</b> 2021</p>	<p>Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SEM-PLS (<i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>).</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.</p>
4	<p><b>Judul</b> Peran <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Kaitan Antara Nilai Tambah, Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan)</p> <p><b>Peneliti</b> Gracela Berliana Theresia Hesti Bwarleling</p> <p><b>Penerbit</b> Jurnal Syntax Admiration</p> <p><b>Tahun</b> 2021</p>	<p>Penelitian dilakukan dengan pengujian teori dengan menganalisis data numerik dan kemudian diolah menggunakan statistik yang kemudian hasilnya diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan.</p>	<p>Kinerja keuangan memediasi hubungan antara <i>intellectual capital</i> pada nilai perusahaan.</p>

NO	Judul, Peneliti, Penerbit dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	<p><b>Judul</b> Pengaruh <i>Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan</i></p> <p><b>Peneliti</b> Azlin Shakila Putri Desrir Miftah</p> <p><b>Penerbit</b> Current Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini</p> <p><b>Tahun</b> 2021</p>	Menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi data panel untuk mengukur pengaruh variabel independen dan variabel dependen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal intelektual, <i>leverage</i> , profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	<p><b>Judul</b> Pengaruh <i>Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan</i></p> <p><b>Peneliti</b> Petrus Gani</p> <p><b>Penerbit</b> Owner: Riset &amp; Jurnal Akuntansi</p> <p><b>Tahun</b> 2021</p>	Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan teknik purposive sampling untuk seleksi sampelnya dan menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis datanya.	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial VAHU dan STVA berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Sedangkan VACA berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Secara simultan VAHU, STVA, VACA berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Sebaliknya VAHU, STVA, dan VACU tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

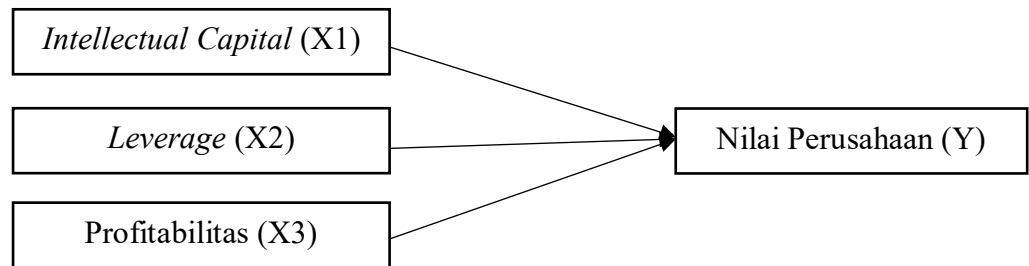
NO	Judul, Peneliti, Penerbit dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7	<p><b>Judul</b> Pengaruh Manajemen Laba, <i>Leverage</i>, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p><b>Peneliti</b> Dodi Suryadi</p> <p><b>Penerbit</b> Journal of Business and Economics (JBE)</p> <p><b>Tahun</b> 2022</p>	Menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian yang didapatkan manajemen laba, struktur modal, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	<p><b>Judul</b> Pengaruh Rasio Aktivitas, <i>Leverage</i>, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer</p> <p><b>Peneliti</b> Kadek Dewi Sawitri Luh Gede Sri Artini</p> <p><b>Penerbit</b> Buletin Studi Ekonom</p> <p><b>Tahun</b> 2022</p>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat asosiatif dengan bentuk hubungan kausal.	Berdasarkan hasil analisis. rasio aktivitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, rasio <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

NO	Judul, Peneliti, Penerbit dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9	<p><b>Judul</b> Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas</p> <p><b>Peneliti</b> Angryani Bertha Lamba Apriani Dorkas Rambu Atahu</p> <p><b>Penerbit</b> Review Akuntansi dan Bisnis Indonesia</p> <p><b>Tahun Terbit</b> 2022</p>	<p>Jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan data yang diukur dalam skala angka (<i>numeric</i>) dan dapat dianalisis menggunakan analisis statistik.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negative terhadap profitabilitas, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.</p>
10	<p><b>Judul</b> Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p><b>Peneliti</b> Farhan Nadhilah Hidayat Sofyan Widjaja Reny Fitriana Kaban</p> <p><b>Penerbit</b> Gorontalo Accounting Journal</p> <p><b>Tahun</b> 2022</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif.</p>	<p>Hasil uji statistik menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan <i>leverage</i> menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

Sumber : Mapping jurnal

### C. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori yang telah dikemukakan di atas maka kerangka penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

### D. Hipotesis

#### 1. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

*Intellectual capital* mengacu pada nilai yang dihasilkan oleh pengetahuan, informasi, keahlian dan kecerdasan yang dimiliki oleh individu, kelompok atau perusahaan, termasuk aset intelektual yang tidak dapat dilihat secara fisik, seperti hak kekayaan intelektual (paten, hak cipta dan merek dagang), pengetahuan dan keahlian karyawan, sistem dan proses internal, hubungan pelanggan dan reputasi merek.

Keunggulan kompetitif suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh aset fisik atau keuangan, melainkan bagaimana perusahaan memahami, mengelola, dan menggunakan modal intelektualnya dengan efektif.



Perusahaan yang berhasil dalam memanfaatkan kekuatan intelektual cenderung lebih inovatif, adaptif, dan memiliki daya saing yang kuat di pasar. Dengan mengelola modal intelektual dengan bijak, perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang yang terus berkelanjutan. Kesadaran akan modal intelektual menjadi landasan bagi peningkatan nilai perusahaan dan kesuksesan masa depan bagi perusahaan di era yang terus berubah ini.

Dalam konteks *Resources Based Theory (RBT)*, perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan pemanfaatan unsur-unsur *intellectual capital* yang dimilikinya untuk menghasilkan nilai tambah (*value added*) yang akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan kunci dalam menciptakan persepsi positif pasar terhadap nilai perusahaan karena diyakini bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang penuh dinamika.

Penelitian yang dilakukan oleh (Shakila & Miftah, 2021) menyatakan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena investor cenderung akan membayar lebih tinggi harga saham perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih tinggi dari perusahaan lainnya. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fristiani et al., 2020) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Triwaderi &

Amanah, 2020) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang mampu memanfaatkan dan mengoptimalkan *intellectual capital* yang dimilikinya secara efektif akan membantu perusahaan dalam menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

**H1: *Intellectual capital* diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

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

*Leverage* mengacu pada penggunaan dana yang dipinjam untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari yang dapat dicapai dengan menggunakan modal sendiri. *Leverage* dapat memberikan keuntungan finansial bagi perusahaan jika biaya bunga hutang lebih rendah dari tingkat pengembalian yang dihasilkan dari penggunaan dana tersebut. Namun, *leverage* juga membawa risiko yang signifikan. Saat kondisi ekonomi tidak stabil atau ketika investasi perusahaan tidak menghasilkan pengembalian yang diharapkan dan beban utang yang tinggi dapat menjadi beban berat bagi perusahaan. Jika pendapatan tidak mencukupi untuk membayar bunga pinjaman, perusahaan dapat menghadapi kesulitan keuangan serius hingga risiko kebangkrutan.

Penting bagi manajemen untuk memahami tingkat *leverage* yang tepat dan dapat diterima oleh perusahaan tanpa mengorbankan stabilitas keuangan jangka panjangnya (Nurdin et al., 2019). Evaluasi risiko dan

pengembalian yang cermat harus dilakukan sebelum memutuskan untuk menggunakan *leverage* dalam struktur modal perusahaan. Dengan manajemen yang tepat, *leverage* dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, penggunaannya harus bijaksana untuk mengelola risiko dan memastikan stabilitas keuangan perusahaan tetap terjaga.

Teori *stakeholder* dalam konteks *leverage* berkaitan dengan cara perusahaan berkomunikasi dan memberikan informasi kepada para pihak yang memiliki kepentingan (*stakeholder*) dalam operasi dan kesejahteraan perusahaan. *stakeholder* dalam hal ini meliputi para investor, kreditor, karyawan, pemerintah, dan masyarakat umum. Dalam hal ini, teori *stakeholder* berperan dalam memberikan informasi yang relevan dan transparan kepada para pemangku kepentingan agar mereka memahami risiko dan manfaat yang terkait dengan penggunaan *leverage* keuangan. *Stakeholder* yang memahami konsep *leverage* dapat menggunakannya sebagai sumber informasi saat mengambil keputusan investasi di sebuah perusahaan dengan kemungkinan pengembalian investasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan (Sawitri et al, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Aditya et al., 2021) menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena kualitas hutang dan penggunaan unsur hutang dalam perusahaan merupakan salah satu contoh informasi yang dapat dipublikasikan oleh

perusahaan. Hasil penelitian (Nadhilah et al., 2022) menyatakan terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Imnana et al., 2023) menyatakan leverage berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

**H2: *Leverage* diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

### **3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa suatu perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan, yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis, membayar dividen kepada pemegang saham atau menginvestasikan kembali dalam perusahaan. sebaliknya, profitabilitas yang rendah dapat menjadi indikasi masalah keuangan atau operasional dalam bisnis. Profitabilitas meningkatkan kemungkinan keberhasilan perusahaan, menghasilkan pengembalian investasi yang positif dan peningkatan nilai perusahaan (Lubis et al., 2017).

Profitabilitas adalah salah satu indikator yang memberikan gambaran tentang kesehatan dan kinerja perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Perubahan dalam pasar, persaingan industri, kebijakan ekonomi, serta keputusan manajemen perusahaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu perusahaan. oleh karena itu, menjaga profitabilitas agar tetap stabil dan berkelanjutan memerlukan

strategi manajemen yang tepat, inovasi, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan efisien dalam pengelolaan sumber daya.

Menurut teori *stakeholder*, mengenai informasi profitabilitas perusahaan tidak hanya memenuhi harapan para pemegang saham dalam hal pengungkapan informasi keuangan, melainkan juga memperhitungkan kepentingan dan kebutuhan stakeholder lainnya yang terlibat atau terpengaruh oleh kinerja perusahaan. Ketika perusahaan memberikan informasi tentang profitabilitas, penting bagi perusahaan untuk memilih metode komunikasi yang sesuai dan menyeluruh. Hal ini mencakup laporan keuangan yang transparan, pengungkapan yang jelas mengenai praktik bisnis dan etika, serta perhatian terhadap dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh operasi perusahaan.

Hasil penelitian (Candra & Axel, 2021) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Elsa yulianti, 2022) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi angka profitabilitas yang tertera pada laporan keuangan, menandakan semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka dapat mencerminkan prospek perusahaan sehingga dianggap lebih baik di masa mendatang.

**H3: Profitabilitas diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**