



## Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Ridho Aulia Rachman Indriyanto<sup>1</sup>, Syaiful<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Gresik, Jl. Sumatra 101 GKB, Gresik, Indonesia

### ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of company size, leverage and profitability on company value in food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2022. This research uses quantitative methods and uses secondary data as the data source. The sampling technique used purposive sampling technique by obtaining a sample of 19 companies. This test uses multiple linear regression. The regression results show that company size influences company value. Leverage has no effect on company value. Profitability has no effect on company value.*

*Type of Paper: Empirical*

*Keywords: Company Size, Leverage, Profitability, Firm Value*

### 1. Pengantar

Persaingan bisnis yang semakin berkembang membuat perusahaan mengembangkan usahanya dengan lebih efisien jika ingin bersaing di era globalisasi. Banyak perusahaan didirikan dalam lingkungan ekonomi saat ini, yang terkadang membuat persaingan semakin sulit. Perusahaan pun berlomba-lomba berinovasi dan menemukan strategi untuk menghindari kebangkrutan (Agustin dan Wahyuni, 2020). Dalam menjaga keberlangsungan perusahaan merupakan bagian penting yang harus dipertahankan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin dari suatu nilai perusahaan. Diantara satu dari beberapa penilaian terhadap nilai perusahaan adalah dengan harga saham. Harga saham yang mengalami peningkatan membuat nilai perusahaan akan semakin meningkat yang dimana hal itu mengakibatkan dampak pada meningkatnya dari nilai pemegang sebuah saham yang dapat tercermin dari tingginya tingkat return bagi para pemegang saham. Situasi ini mencerminkan kemakmuran pemegang saham perusahaan (Novari & Lestari, 2017).

Dalam sebuah perusahaan pasti terdapat adanya tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam tujuan jangka pendeknya adalah dengan memanfaatkan sumber daya

<sup>1\*</sup>Kontak Penulis:

E-mail: [ridhorachman05@gmail.com](mailto:ridhorachman05@gmail.com)<sup>1</sup>, [syaiful@umg.ac.id](mailto:syaiful@umg.ac.id)

Afiliasi: <sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Gresik

internal perusahaan akan mengakibatkan perusahaan mendapat hasil keuntungan semaksimal mungkin. Sementara untuk tujuan jangka panjangnya sebagai upaya dalam membuat nilai perusahaan menjadi semakin maksimal (Yusmaniarti et al., 2019). Nilai perusahaan didefinisikan bagaimana persepsi investor kepada perusahaan bilamana perusahaan tersebut menawarkan saham miliknya kepada publik. Sebagai dasar dalam melihat kinerja suatu perusahaan untuk masa yang akan datang seorang investor menggunakan nilai perusahaan, hal itu yang membuat nilai perusahaan sering kali berpaut dengan harga saham.

Rizqia et al., (2013) mengemukakan, adanya beberapa aspek dalam upaya memengaruhi dari sebuah nilai perusahaan diantaranya semacam ukuran perusahaan, *leverage*, serta profitabilitas. Menurut Nugroho et al., (2022) ukuran perusahaan merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan dari kecil besarnya suatu perusahaan mengikuti berbagai macam cara yaitu dari nilai pasar, saham, total aset, *log size* dan yang lainnya. Semakin besar ukuran perusahaan, akan membuat perusahaan dalam mendapat sumber pengelolaan baik dalam internal maupun dalam eksternal sebagai bentuk yang mempengaruhi nilai perusahaan menjadi semakin mudah. Ukuran perusahaan dipercaya dapat memastikan rasa percaya terhadap investor. Perusahaan yang semakin hebat atau besar membuat perusahaan tersebut lebih dikenal masyarakat dan semakin mudah mendapatkan informasi yang meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar dengan nilai aktiva yang memadai pun mampu untuk memikat investor dalam melakukan penanaman modal pada perusahaan. Ukuran perusahaan tercermin dari total aset perusahaan yang dapat digunakan untuk mengoperasikan perusahaan (Novari & Lestari, 2017).

Untuk dapat menerima pendanaan perusahaan bisa menggunakan sumber pengelolaan internal semacam laba ditahan serta penyusutan sebagai sumber dari pengelolaan dan perusahaan serta merta meraut sumber pembiayaan yang berasal dari luar perusahaan semacam terbitan hutang dan juga modal (Purnama dan Abundanti, 2014). *Leverage* yaitu potret dari pemakaian utang dari dalam perusahaan sebagai bentuk pembelanjaan pengoperasian perusahaan tersebut (Suwardika dan Mustanda, 2017). Bentuk hutang tersebut dapat bermula dari pihak perbankan ataupun peminjaman dari pihak-pihak lain yang bersedia. Untuk membuahkan keuntungan yang sangat tinggi perusahaan dapat melakukan hutang sebagai cara dalam membuat modal meningkat. Jika penggunaan utang terlalu banyak ditakutkan akan terjadi penurunan laba yang diperoleh dari perusahaan karena dianggap tidak sehat. Naik turunnya tingkat utang akan berdampak pada nilai pasar (Nor, 2012).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas perusahaan yang diperoleh. Kecil besarnya dari profitabilitas berdasar hasil yang diperoleh perusahaan bisa berdampak terhadap nilai perusahaan karena dalam profitabilitas terdapat kinerja perusahaan dan ukuran yang menggambarkan keuntungan yang diproduksi perusahaan. Setiap perusahaan yang mencipakan keuntungan menunjukkan bahwa jika perusahaan mampu meningkatkan laba maka perusahaan tersebut mampu untuk berhasil sehingga menimbulkan respon positif dari investor dan harga saham perusahaan juga dapat meningkat (Dewantari et al., 2019). Profitabilitas berkaitan dengan nilai perusahaan, karena semakin besar keuntungan yang diperoleh dari aset yang dimilikinya, maka semakin banyak pula pemegang saham atau investor yang tertarik, karena kemungkinan profitabilitas perusahaan juga beragam, sehingga nantinya returnnya juga tinggi dan dari sinilah banyak muncul permintaan saham untuk menaikkan harga yang merepresentasikan pada nilai perusahaan tinggi (Yanti & Abundanti, 2019).

Beberapa peneliti terdahulu mengenai ukuran perusahaan Dewantari et al., (2019) dan Utara et al., (2022) mendapati sebuah pengaruh atas variabel ukuran perusahaan terhadap variabel dependen nilai perusahaan. Beda dari Indravani et al., (2021) telah meneliti dengan menemukan ukuran perusahaan tidak mengalami pengaruh pada nilai perusahaan. Dari Andriani dan Rudianto (2019) membuktikan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Jelas sangat berbeda dari Muharramah dan Hakim (2021), Sari dan Wahidahwati (2021) bahwa pada variabel *leverage* tidak terindikasi temuan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Terkait dengan variabel profitabilitas yang mampu mempengaruhi atau tidaknya dapat dilihat dari hasil penelitian sebelumnya menurut Nugroho et al., (2022) dan Oktaviarni et al., (2019) didalam penelitiannya terdapat indikasi pengaruhnya profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil yang tidak konkrit oleh

Yusmaniarti et al., (2019) dengan indikasi temuan tidak berpengaruhnya profitabilitas pada nilai perusahaan.

## 2. Literature Review

### 2.1 Signalling Theory

Menurut Brighami dan Houston (2010) teori sinyal adalah sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan yang mempunyai maksud memberi petunjuk pada investor bagaimana manajemen memandang peluang perusahaan di masa besok. Sinyal semacam informasi tentang apa saja yang dikerjakan manajemen demi memenuhi keinginan investor (pemilik).

### 2.2 Nilai Perusahaan

Menurut Hidayat (2019) Penilaian dari mata seorang investor terhadap suatu kesuksesan pada perusahaan dalam mengendalikan sumber daya yang dipegang perusahaan merupakan makna dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan merepresentasikan dari nilai yang ada pada saat ini dengan semua laba pada masa mendatang yang diinginkan perusahaan. Dengan kata lain nilai perusahaan menggambarkan kondisi sebuah perusahaan.

### 2.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Widiastari & Yasa (2018) ukuran perusahaan adalah sebuah skala dimana dapat dikategorikan dari kecil besarnya perusahaan yang diukur menggunakan total aktiva, nilai saham, jumlah penjualan dan yang lainnya. Dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya ditentukan berdasar jumlah nominal seperti jumlah total penjualan dalam satu periode, total aset serta total ekuitas.

### 2.4 Leverage

Menurut Utama dan Lisa (2018) *leverage* adalah rasio yang mengukur berapa banyak aset perusahaan yang telah dibiayai dengan utang. Tingkat hutang yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengambil banyak hutang untuk membiayai Perusahaan.

### 2.5 Profitabilitas

Menurut Apsari et al., (2015) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengumpulkan laba berkaitan antara total aset, ekuitas serta tingkat penjualannya. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan.

### 2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian

#### 2.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai model (termasuk skala pendapatan, total aset dan total modal). Semakin tinggi hasil total asset, ukuran pendapatan dan total modal akan mempresentasikan semakin kuatnya perusahaan serta akan memicu dana yang sangat besar sebagai keperluan operasional suatu perusahaan. Rizqia et al., (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah sejauh mana perusahaan tumbuh berkembang dalam bisnis. Penelitian ini yang dilakukan oleh Murti dan Purwaningsih (2022), Sari dan Wahidahwati (2021) dan Dewi dan Ekadjaja (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>1</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

#### 2.6.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* yaitu gambaran seberapa besar atau seberapa kecilnya utang yang digunakan perusahaan untuk mendanai perusahaannya. Perusahaan memutuskan untuk menggunakan

utang sebagai bentuk kebijakan pembiayaan. Investor memahami penggunaan utang sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kembali kewajibannya di masa depan, yang mendapat respon pasar yang positif (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Rachmat (2022), Sari dan Wahidahwati (2021) dan Yusmaniarti et al., (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>2</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

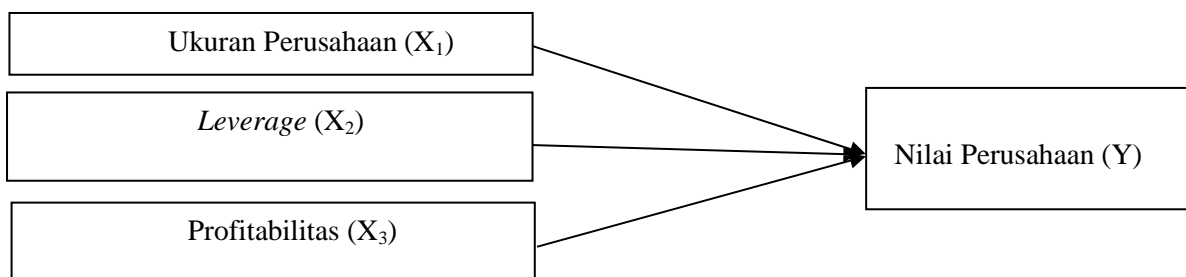
### 2.6.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas ialah parameter laba yang didapatkan dari perusahaan. Profitabilitas yaitu ukuran yang menentukan keuntungan dari bisnis. Jika keuntungan perusahaan lebih besar dari harga pokok penjualan, atau jika total biaya yang dikeluarkan ditambahkan ke laba, penambahan ini menjadi keuntungan untuk produk perusahaan. Meidiawati dan Mildawati (2016) Profitabilitas dapat dijadikan sebagai gambaran bagaimana kinerja manajemen diterjemahkan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Astika et al., (2019), Agustin dan Wahyuni (2020), Murti dan Purwaningsih (2022) dan Indriyani (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>3</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

## 2.7 Kerangka Penelitian

Kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

## 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan pengamatan 4 tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dimana sampel dipilih berdasar kriteria khusus. Kriteria pemilihan sampel yang ditetapkan adalah: 1) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2019-2022, 2) perusahaan manufaktur sektor Makanan dan Minuman yang sudah mengumumkan laporan keuangan tahunan berturut-turut dari periode 2019-2022, 3) Perusahaan yang tidak mengalami kerugian dalam masa periode 2019-2022.

### 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.1.1 Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan sama dengan harga dari perusahaan yang akan dilego oleh investor dan siap dibayar. Nilai perusahaan dapat tergambarkan dari harga saham untuk setiap perusahaan yang mempromosikan saham miliknya ke pasar modal. Nilai perusahaan dihitung menggunakan rumus dari (Harmono, 2017:114):

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

### 3.1.2 Ukuran Perusahaan ( $X_1$ )

Dengan Brigham dan Houston (2010) membuktikan ukuran perusahaan sama dengan rata-rata dari total bersih penjualan tahun saat itu dalam kurun beberapa tahun. Selanjutnya ukuran perusahaan bisa juga diukur melalui logaritma total aset. aset perusahaan yang semakin besar membuat modal yang ditaruh akan besar. Rumus dari ukuran perusahaan diukur dengan:

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

### 3.1.3 Leverage ( $X_2$ )

*Leverage* ialah sebuah rasio sebagai alat untuk mengukur jumlah kecil besarnya hutang yang dipakai untuk pembiayaan terhadap aset perusahaan (Kasmir, 2019). Penelitian ini menggunakan DER sebagai cara mengukur tingkat utang dengan menggunakan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total ekuitas}}$$

### 3.1.4 Profitabilitas ( $X_3$ )

Profitabilitas ialah rasio keuangan yang dipergunakan perusahaan dalam menjalankan aktiva dalam kegiatan usahanya guna memperoleh keuntungan selama periode akuntansi (Sari dan Wahidahwati, 2021). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan rasio ROA. Menurut Safitri dan Fidiana (2015) menjelaskan ROA adalah rasio keuntungan yang paling penting dan merupakan teknik analisis yang biasa digunakan untuk mengukur efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. ROA digunakan untuk menentukan pengembalian aktiva yang dimiliki perusahaan dengan rumus dari ROA sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

## 3.2 Teknik Analisis Data

Data yang sudah terakumulasi akan melalui beberapa tahapan analisis, diantaranya analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi (uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi), uji regresi linier berganda, dilanjutkan dengan uji hipotesis yang menggunakan uji statistik parsial T, uji statistik simultan F, dan koefisien determinasi. Adapun pengujian analisis regresi linier berganda tersebut menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
a	= Kosntanta
$X_1$	= Ukuran Perusahaan
$X_2$	= <i>Leverage</i>
$X_3$	= Profitabilitas
$\beta_1, \beta_2, \beta_3,$	= Koefisien Arah Regresi
e	= Kesalahan Residual

## 4. Hasil

### 4.1 Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh perusahaan dari sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2022. Datanya diambil dari data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan yang secara lengkap. Laporan tahunan tersebut diperoleh dengan melihat situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Tabel 1. Hasil Penentuan Sampel

NO	Kriteria	Jumlah
1	Populasi: perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2019-2022	43
2	Perusahaan manufaktur yang di BEI selama periode 2019-2022	29
3	Perusahaan yang mempublish laporan keuangan tahunan selama periode 2019-2022	29
4	Perusahaan yang menghasilkan laba selama periode 2019-2022	19
Total perusahaan yang memenuhi kriteria		19
Jumlah data x tahun pengamatan (4) tahun		76

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Nilai perusahaan	69	0,01	1,04	0,20	0,18
Ukuran Perusahaan	69	26,25	33,55	5,36	0,14
Leverage	69	0,11	2,14	0,63	0,40
Profitabilitas	69	0,00	0,42	0,09	0,05

Sumber: Data hasil uji SPSS diolah

Berdasarkan pada hasil yang telah diperoleh dari *output* SPSS yang ditunjukkan pada tabel 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai perusahaan, hasil dari uji statistik deskriptif memperlihatkan nilai minimal 0,01 dari nilai maksimal 1,04 dan nilai rata-rata 0,20 serta nilai standar deviasi 0,18
2. Ukuran perusahaan, melihat dari hasil uji statistik deskriptif dengan menunjukkan nilai minimal 26,25 dengan nilai maximal 33,55, nilai rata-rata 5,36 dan nilai standart deviasi yang tertuju pada 0,14. Maka dengan menunjukkan simpangan data yang baik karena nilai pada standart deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (mean).
3. *Leverage*, terlihat dari hasil yang telah di uji pada uji statistik deskriptif menyatakan nilai minimal 0,11, nilai maksimal 2,14, nilai rata-rata 0,63 dan nilai standar deviasi 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa simpangan data yang cukup baik karena nilai dari standart deviasi lebih kecil dibanding nilai mean (rata-rata).
4. Profitabilitas, dari hasil uji statistik deskriptif yang telah di uji membuktikan mengenai nilai minimal sebesar 0,00 untuk nilai maksimal sebesar 0,42 kemudian nilai rata-rata sebesar 0,09 dan nilai standart deviasi sebesar 0,05. Dengan hasil ini membuktikan bahwa simpangan data yang terbilang cukup baik dikarenakan nilai untuk standart deviasi tidak lebih besar daripada nilai rata-rata (mean)

### 4.2.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan kolmogorov-smirnov. Dapat diketahui bahwa *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan residual berdistribusi normal.

Tabel 3. *One Kolmogorov-Smirnov (K-S)*

		Unstandardized Residual	
N		69	
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.16863061	
Most Extreme Differences	Absolute	.139	
	Positive	.139	
	Negative	-.084	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.155	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.124(c)	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.116
		Upper Bound	.133

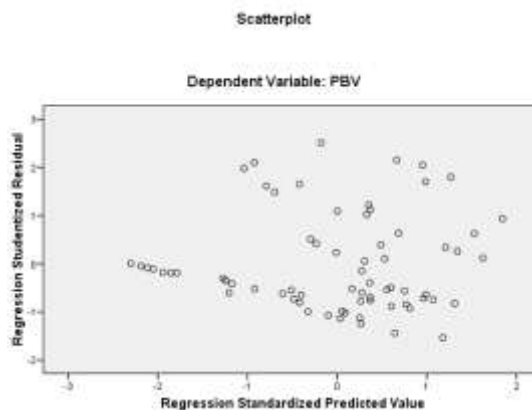
4.2.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikoliniertitas

Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Size	.889	1.125
	DER	.697	1.435
	ROA	.773	1.294

Tabel 4 menunjukkan hasil uji multikolinieritas pada nilai variabel ukuran perusahaan 0,889, variabel *leverage* dengan nilai sebesar 0,697 dan nilai pada variabel profitabilitas sebesar 0,773. Hasil ini bisa diambil kesimpulan bahwa terbebas multikolinieritas pada setiap variabel. Selain nilai *tolerance* juga menggunakan nilai VIF untuk mendeteksi multikolinieritas. Nilai VIF pada variabel ukuran perusahaan sebesar 1,125, variabel *leverage* dengan nilai 1,435 dan nilai untuk variabel profitabilitas 1,294. Dengan hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat adanya multikolinieritas.

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa titik residual tidak membentuk pola dan juga secara acak menyebar. Hal ini menandakan bahwa model regresi dikatakan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

4.2.5 Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.451(a)	.203	.166	.1724782	1.302

Hasil uji autokorelasi pada nilai *Asymp sig.(2-tailed)* sebesar  $0,166 \geq$  dari  $0,05$ . Kini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdeteksi gejala autokorelasi.

4.2.6 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients	B	Std.Error	Standartdized Coefficients	T	Sig
1	(Constant)	3.285	.830		3.958	.000
	Size	-.561	.157	-.419	-3.570	.001
	DER	-.023	.062	-.050	-.374	.710
	ROA	-.612	.405	-.190	-1.510	.136

Berdasarkan dari tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linierberganda disajikan sebagai berikut:

$$Y = 3,285 - 0,561x_1 - 0,023x_2 - 0,612x_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang diperoleh ke angka 3,285 yang berarti ketika tidak terjadinya perubahan nilai untuk variabel independen maka variabel nilai perusahaan bernilai 3,285
2. Variabel independen ukuran perusahaan memperoleh nilai koefisien sebesar -0,561. Nilai regresi menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka ukuran perusahaan mengalami penurunan -0,561
3. Nilai koefisien dari variabel *leverage* sebesar -0,023. Nilai regresi memperlihatkan ketika *leverage* mengalami sebuah kenaikan 1 satuan maka variabel *leverage* mengalami penurunan -0,023
4. Nilai koefisien profitabilitas sebesar -0,612. Nilai regresi memperlihatkan pada variabel profitabilitas ketika mengalami kenaikan 1 satuan, maka profitabilitas mengalami penurunan -0,612.

4.2.7 Uji Statistik Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel diatas, uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan ( $X_1$ ) memiliki arah pengaruh negative terhadap nilai perusahaan (Y). Ini bisa dibuktikan dengan cara melihat nilai koefisien -0,561. Selanjutnya variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dapat dilihat melalui nilai signifikan 0,001 dengan perbandingan  $\alpha = 0,05$  jadi nilai  $0,001 < 0,05$ . Demikian penelitian ini menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ . Nilai  $t_{hitung} X_1 = -3,570$  dan  $t_{tabel} -1,668$  yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Maka untuk hipotesis yang pertama menyatakan “ukuran perusahaan berpengaruh



- terhadap nilai perusahaan” diterima
2. Variabel *leverage* ( $X_2$ ) memiliki arah pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat nilai koefisien -0,023. Kemudian variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat nilai signifikan 0,710 dengan perbandingan nilai  $\alpha = 0,05$  jadi nilai  $0,710 > 0,05$ . Dengan demikian penelitian ini menolak  $H_a$  dan menerima  $H_0$ . Kemudian nilai  $t_{hitung} X_2 = -0,374$  dan  $t_{tabel}$  sebesar -1,668 yang berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Maka hal ini untuk hipotesis kedua yang menyatakan “*leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan” ditolak.
  3. Variabel profitabilitas ( $X_3$ ) memiliki arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Y). Bisa dibuktikan dengan nilai koefisien -0,612. Selanjutnya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bisa dibuktikan atas nilai signifikan sebesar 0,136 dengan perbandingan  $\alpha = 0,05$  maka nilai  $0,136 > 0,05$  yang menjadikan penelitian ini menolak  $H_a$  dan menerima  $H_0$ . Nilai  $t_{hitung} X_3 = -1,510$  dan  $t_{tabel}$  sebesar -1,668 sehingga  $t_{tabel} < t_{hitung}$ . Maka hipotesis ketiga yang menyatakan “profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan” ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig
1	(Constant)	3.958	.000
	Size	-3.570	.001
	DER	-.374	.710
	ROA	-1.510	.136

#### 4.2.8 Uji Statistik Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.492	3	.164	5.518	.002(a)
	Residual	1.934	65	.030		
	Total	2.426	68			

a Predictors: (Constant), ROA, X1Size, DER

b Dependent Variable: PBV

Pada tabel 8 yang tertera diatas, memperlihatkan sebuah hasil dari uji *Anova* dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 5,518 dengan tingkat nilai sig 0,002. Nilai signifikan 0,002 lebih kecil dibanding 5% ( $0,002 < 0,05$ ). Karena tingkat nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan variabel ukuran perusahaan ( $X_1$ ), *leverage* ( $X_2$ ), dan Profitabilitas ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### 4.2.9 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Adjusted R Square
1	.166

Besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,166. Nilai ini menunjukkan presentase pengaruh dari variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 16,6%. Yang berarti 83,4% mengindikasikan variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diobservasi pada penelitian ini.

## 5. Diskusi

### 5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan memperlihatkan hasil hipotesis  $H_1$  diterima. Yang mempunyai arti ukuran perusahaan mempunyai tingkat nilai signifikan lebih kecil dari probabilitas dengan arah koefisien mengarah ke negatif. Sehingga dapat dikonfirmasi hipotesis yang telah dirumuskan menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini terbukti dengan nilai tingkat signifikan ukuran perusahaan sebesar  $0,001 < 0,05$  dengan arah koefisien mengarah negatif  $-0,561$ . Arah dari pengaruh negatif ukuran perusahaan memperjelas bahwa perusahaan dengan aset yang besar tidak dapat memanfaatkan asetnya secara efisien sehingga menyebabkan terjadinya penimbunan aset karena memerlukan waktu yang lama dalam perputaran aset perusahaan. Penurunan atas nilai perusahaan disebabkan pada kinerja perusahaan kurang baik. Dengan menurunnya nilai perusahaan maka akan menarik daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori sinyal yang menjabarkan sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan yang mempunyai maksud memberi petunjuk pada investor bagaimana manajemen memandang peluang perusahaan di masa depan (Brigham dan Houston, 2010). Dalam hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dikembangkan oleh Prastuti dan Sudhiarta (2016) yang dimana didalam penelitiannya mendapati hasil mengenai ukuran perusahaan yang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang telah dirancang oleh Indrayani et al., (2022) yang menjabarkan hasil penelitiannya mengenai ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

### 5.2 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil penelitian yang telah dikembangkan telah memberikan bukti bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini memberikan fakta jika untuk hipotesis kedua ditolak. Pada variabel *leverage* memiliki tingkat signifikan lebih besar dari probabilitas dengan tingkat nilai koefisien mengarah ke negative.

Bukti ini dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan pada *leverage* sebesar  $0,710 > 0,05$  dengan arah koefisien  $-0,023$  yang berarti mengarah negatif. Hal ini mungkin terjadi karena tingkat perubahan dari *leverage* tidak mempengaruhi harga saham sehingga tidak menyebabkan pengaruh pada perubahan nilai perusahaan. Artinya, dalam membiayai aktivitasnya perusahaan lebih condong menggunakan modal sendiri yang modal itu berasal dari laba ditahan serta modal saham daripada menggunakan hutang. Cukupnya dana yang dimiliki sebuah perusahaan guna mendanai aktivitasnya yang didapat dari modal sendiri membuat perusahaan dapat memangkas porsi hutangnya. Pemakaian tingkat hutang yang terlalu banyak menyebabkan kurangnya manfaat yang didapat atas pemakaian hutang sebab faedah yang diterima tidak sebanding dengan anggaran yang ditimbulkan, sehingga porsi hutang yang minim dapat membuat nilai perusahaan menjadi meningkat dan juga sebaliknya tingginya hutang dapat membuat nilai perusahaan menjadi menurun.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dikerjakan oleh Anggraeni dan Sulhan (2020) yang memberikan sebuah hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian yang telah dibuat ini searah dengan penelitian yang dibuat oleh Novari dan Lestari (2016) yang menuai hasil bahwa variabel *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

### 5.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil uji T yang telah dikerjakan membuktikan tidak adanya pengaruh terkait variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak mengklaim bahwa hipotesis yang telah dirumuskan yang mengatakan jika profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hasil yang telah dikerjakan ini dibuktikan dengan melihat nilai signifikan profitabilitas yang diperoleh dengan nilai signifikan sebesar  $0,136 > 0,05$  dengan arah

koefisien yang negatif -0,612. Berdasar bukti nilai signifikan yang tertera bahwa tidak terjadi adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan keefektifan pada pemakaian aktiva perusahaan sebagai bentuk menciptakan keuntungan bersih tidak menjadikan tolak ukur investor untuk menanam modal miliknya serta menilai kinerja didalam sebuah perusahaan. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa profitabilitas bukan menjadi sebuah jaminan dalam upaya peningkatan harga saham

Hasil penelitian ini sangat berbeda dengan Rachmat (2022) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak berbeda dengan penelitian yang telah dikembangkan oleh Nugroho et al., (2022) yang mengutarakan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## 6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode 2019 -2022 dalam pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Secara simultan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) Secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (4) Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian untuk penelitian selanjutnya antara lain: (1) Diharapkan agar meneliti variabel penelitian lebih banyak lagi seperti struktur modal, kebijakan deviden *corporate social responsibility*, dan likuiditas yang terduga dapat memengaruhi nilai perusahaan. (2) untuk penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan dalam memilih objek penelitian dan juga sekiranya menambah lebih dari satu jenis perusahaan yang akan digunakan sebagai objek penelitian.

## Referensi

- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4), 1-20.
- Andriani, P. R., & Rudianto, D. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di Bei (Bei) Periode 2010-2017. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(1), 48-60.
- Apsari, I. A., Dwitanto, A., & DF, A. (2015). pengaruh return on equity, net profit margin, debt to equity ratio, dan longterm debt to equity ratio terhadap price book value (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27(2), 1-8.
- Brigham, Eugene F dan Joel F. Houston, "Dasar-Dasar *Manajemen Keuangan*", Buku 1 Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta, 2010.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74-83.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118-126.
- Hidayat, W. W. (2019, March). Pengaruh ukuran perusahaan, return on equity dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia. In *Forum Ekonomi* (Vol. 21, No. 1, pp. 67-75).
- Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1), 52-62
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangann*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Meidiawati, K., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh size, growth, profitabilitas, struktur modal,

- kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2), 1-16.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021, June). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (pp. 569-576).
- Murti, A. U., & Purwaningsih, E. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 1012-1019.
- Mohamad, Nor Edi Azhar Binti, and Noriza Binti Mohd Saad. "Cost of capital-The effect to firm value and profitability performance in Malaysia." *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 2.4 (2012): 353-361.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate* (Doctoral dissertation, Udayana University), 5(9), 5671-5694.
- Nugroho, A., Indriyatni, L., & Widodo, U. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 165-172.
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1-16.
- Rachmat, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Penerapan E-Commerce Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Advancement Center for Finance and Accounting*, 2(03), 255-281.
- Rizqia, D. A., & Sumiati, S. A. (2013). Effect of managerial ownership, financial leverage, profitability, firm size, and investment opportunity on dividend policy and firm value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(11), 120-130.
- Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021). Pengaruh pengungkapan sustainability report, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4), 1-19.
- Sutama, D., & Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 21-39.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(3), 1248-1277.
- Untara, U., Lestari, T. A., & Sukmarani, W. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Subsektor Terhadap Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18(01), 43-56.
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, free cash flow, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 957-981.
- Yanti, P. D. M., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan properti, real estate dan konstruksi bangunan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5632-5651.
- Yusmaniarti, Y., Setiorini, H., & Pitaloka, L. (2020). Influence Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 406-418