

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Lani Alfianti Dewi

lanialfianti.1079@gmail.com

Sugeng Praptoyo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of firm size, profitability, and leverage on firm value. While the firm size was examined by Logarithm Natural (Ln) Total Asset, profitability was examined by Return On Asset (ROA), leverage was examined by Debt to Equity Ratio (DER), and firm value was examined by Price Book Value (PBV). The research was quantitative. Moreover, the population was all Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) with observation during 2017-2020. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling. In line with that, there were 13 Food and Beverages companies which fulfilled the criteria given. In total, there were 52 data with secondary data which was in the form of an annual report and taken from www.idx.co.id or Gallery of Investment of Indonesia Stock Exchange, STIESIA Surabaya. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Package for Social Science) 25. The research result concluded that firm size did not affect firm value. On the other hand, both profitability and leverage had a positive effect on firm value.

Keywords: firm size, profitability, leverage, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) total aset, profitabilitas menggunakan rasio Return On Asset (ROA), leverage dengan Debt to Equity Ratio (DER), dan nilai perusahaan dengan menggunakan rasio Price Book Value (PBV). Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan yang dimulai dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 13 perusahaan makanan dan minuman yang telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan dengan jumlah data yang digunakan sebanyak 52 data. Sumber data yang digunakan ialah data sekunder berupa *annual report* yang diperoleh dari www.idx.co.id ataupun dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi/software SPSS (Statistical Package for Social Science) 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Oktober 2020, jumlah perusahaan yang telah *go public* tercatat sebanyak 709 perusahaan (databoks.katadata.co.id, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan antar perusahaan untuk dapat memperoleh pembiayaan pada pasar modal semakin ketat karena semakin banyaknya perusahaan yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) atau yang biasa disebut dengan perusahaan *go public*. Mengingat semakin ketatnya persaingan yang terjadi, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus meningkatkan kinerja keuangannya dimana tujuan

utama dari meningkatkan kinerja tersebut ialah agar dapat memaksimalkan kemakmuran dari para pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat oleh calon investor pada laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan pada Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga para calon investor dapat memberikan penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang diterbitkan tersebut.

Nilai perusahaan suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan harga saham perusahaan tersebut, karena terdapat hubungan yang positif antara harga saham dengan nilai perusahaan, yaitu apabila semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan karena dengan semakin tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat.

Harga saham suatu perusahaan dapat terjadi karena adanya permintaan maupun penawaran dari para investor terhadap saham perusahaan tersebut. Fenomena mengenai kenaikan maupun penurunan dari harga saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dapat dilihat bahwa dari 34 perusahaan terdapat 17 perusahaan yang harga sahamnya mengalami penurunan pada tahun 2020 dimana jumlah tersebut meningkat jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya diantaranya yaitu Tri Banyan Tirta Tbk, Budi Starch & Sweetener Tbk, PT Campina Ice Cream Industry Tbk, PT Sariguna Primatirta Tbk, PT Wahana Interfood Nusantara Tbk, Delta Djakarta Tbk, PT Sentra Food Indonesia Tbk, PT Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk, Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Multi Bintang Indonesia Tbk, PT Prima Cakrawala Abadi Tbk, PT Palma Serasih Tbk, Sekar Bumi Tbk, Sekar Laut Tbk, Tunas Baru Lampung Tbk serta Ultra Jaya Milk Industry Tbk. Hal tersebut memberikan pertanda yang kurang baik karena menandakan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman dimata investor semakin menurun yang ditunjukkan dengan menurunnya harga saham. Apabila perusahaan menginginkan agar harga sahamnya tidak mengalami penurunan, maka perusahaan diharapkan untuk dapat terus meningkatkan kinerja keuangannya karena calon investor sendiri menjadikan kinerja keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan sebelum mereka menanamkan modalnya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Perusahaan yang berskala besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik guna memaksimalkan nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah profitabilitas. Profitabilitas dapat menggambarkan mengenai seberapa efektif perusahaan dalam hal menghasilkan keuntungan yang berasal dari kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan akan senantiasa untuk berlomba-lomba agar dapat terus meningkatkan profitabilitas perusahaan, karena dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin terjamin kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut.

Selain ukuran perusahaan dan profitabilitas, *leverage* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio *leverage* ialah rasio yang mengukur seberapa banyak dana yang berasal dari hutang digunakan oleh perusahaan (Harjito dan Martono, 2014:53). Dalam pengertian bisnis, *leverage* merujuk kepada penggunaan aktiva serta sumber dana (*sources of funds*) yang digunakan oleh perusahaan dimana selama perusahaan menggunakan aktiva maupun sumber dana yang digunakan tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap yang bertujuan agar dapat meningkatkan laba/keuntungan yang dianggap perusahaan potensial bagi pemegang saham.

Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan makanan dan minuman alasannya karena merupakan salah satu sektor yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia mengingat peran penting yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dalam hal pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat, sehingga saham dari perusahaan makanan dan minuman masih tetap diminati oleh para investor. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya, adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman?, (2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman?, (3) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman?. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Pensinyalan (*Signalling Theory*)

Brigham dan Houston (2019:33) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. *Signalling Theory* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan dalam memberikan sinyal kepada pihak eksternal baik berupa sinyal yang positif maupun sinyal yang negatif yang tercermin dalam laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Apabila sinyal yang diberikan perusahaan berupa sinyal yang positif mengindikasikan bahwa kinerja dari perusahaan tersebut baik sehingga investor akan menerima *good news* (kabar baik), sebaliknya apabila sinyal yang diberikan perusahaan berupa sinyal yang negatif mengindikasikan bahwa kinerja dari perusahaan tersebut sedang mengalami penurunan atau sedang dalam keadaan yang kurang baik sehingga investor akan menerima *bad news* (kabar buruk). Penerimaan *good news* (kabar baik) oleh investor dapat memicu adanya permintaan saham, sehingga volume perdagangan saham di pasar modal akan berubah. Apabila semakin banyak permintaan saham dari para investor, maka harga saham akan semakin naik dan nilai perusahaan juga akan semakin meningkat pula.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) merupakan suatu teori yang dapat memberikan gambaran mengenai hubungan kontraktual antara *principal* dalam hal ini adalah pemegang saham sebagai pemilik perusahaan dengan agen dalam hal ini adalah manajemen perusahaan, dimana dalam hubungan tersebut *principal* menunjuk agen agar dapat bekerja sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan, karena pada dasarnya baik dari pihak *principal* maupun dari pihak agen mempunyai tujuan yang sama yaitu dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai bentuk Perseroan Terbatas (PT) terutama perseroan yang telah *listing* pada pasar modal terdapat pemisahan antara pihak *principal* dalam hal ini adalah pemilik atau pemegang saham dengan pihak *agent* dalam hal ini adalah manajemen perusahaan dimana tanggungjawab dari pemilik perusahaan atau pemegang saham dibatasi hanya pada jumlah modal yang telah ditanamkan kepada perseroan tersebut. Jika dikemudian hari perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan, maka pemilik atau pemegang saham akan kehilangan jumlah modal yang telah mereka tanamkan kepada perusahaan tersebut, namun kekayaan pribadi yang dimiliki oleh pemilik atau pemegang saham tidak akan dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat menutupi kerugian yang dialami oleh perusahaan hal itu dapat menimbulkan permasalahan yang disebut dengan masalah keagenan (*agency problem*) (Husnan dan Pudjiastuti, 2006:10). Masalah keagenan (*agency problem*) dapat terjadi pada saat manajemen perusahaan selaku agen bekerja tidak sesuai dengan kepentingan *principal* karena terkadang keputusan yang telah diambil oleh

pihak manajemen selaku agen justru dapat merugikan pihak pemilik atau pemegang saham selaku *principal* misalnya manajemen menggunakan hutang yang terlalu sedikit atau bahkan terlalu banyak serta menerima investasi yang kurang menguntungkan atau bahkan merugikan bagi pemegang saham.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan penilaian yang diberikan oleh seorang investor terhadap tingkat keberhasilan pada suatu perusahaan dan sering dihubungkan dengan harga saham. Bagi perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan dan harus dapat dicapai oleh manajemen perusahaan karena dengan semakin maksimalnya nilai perusahaan maka tingkat kemakmuran para pemegang saham juga akan semakin meningkat. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaannya, maka perusahaan tersebut telah memperoleh kepercayaan dari para investor mengenai kinerja perusahaannya bukan hanya pada saat ini saja melainkan juga pada prospek perusahaan pada masa depan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi memiliki akses yang mudah karena telah mempunyai kedudukan yang kuat pada pasar modal sehingga perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar dapat dengan mudah mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal yang selanjutnya perusahaan dapat memperoleh laba/keuntungan yang maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan.

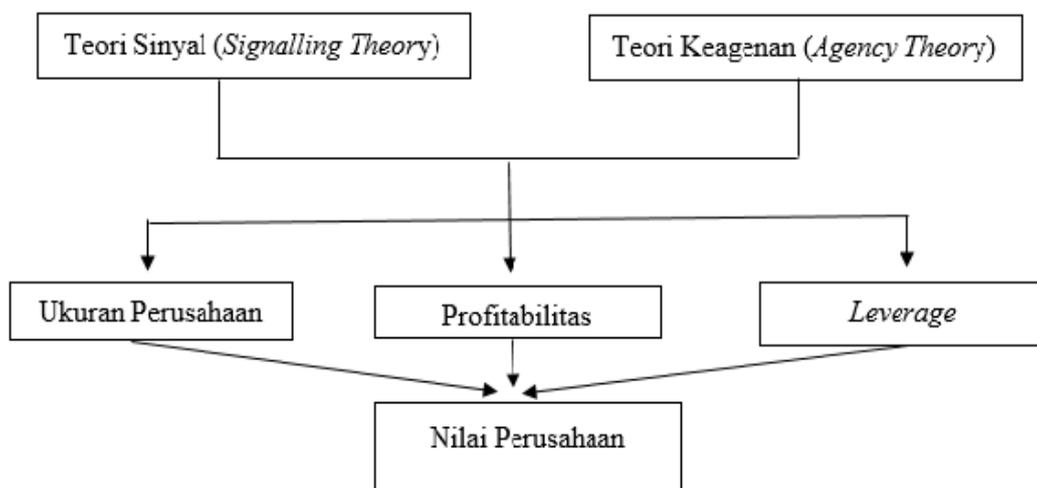
Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal menghasilkan laba/keuntungan berdasarkan tingkat penjualan, aset serta modal saham tertentu Sartono (2008) (dalam Hergianti dan Retnani, 2020:5). Profitabilitas dapat menggambarkan mengenai seberapa efektif perusahaan dalam hal menghasilkan keuntungan yang berasal dari kegiatan operasi yang perusahaan lakukan. Semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin terjamin kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut.

Leverage

Husnan dan Pudjiastuti (2002:70) menyatakan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang. *Leverage* adalah penggunaan hutang oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk menjalankan aktivitas operasi perusahaan yang dapat digunakan untuk memperluas bisnis perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan. Suryana dan Rahayu (2018:2263) mengatakan bahwa penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan hutang dapat menghemat pajak dimana bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan terlebih dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Perusahaan yang berskala besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami pertumbuhan serta perkembangan yang baik guna memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin naik harga sahamnya karena investor akan menganggap bahwa perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar lebih mampu dalam memberikan *return* atau tingkat pengembalian investasi jika dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih kecil dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat menggambarkan mengenai seberapa efektif perusahaan dalam hal menghasilkan keuntungan yang berasal dari kegiatan operasi yang perusahaan lakukan. Seorang investor ketika akan menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan pastinya mereka akan menginginkan untuk mendapatkan *return* yang tinggi, perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang bagus dan dianggap oleh investor dapat memberikan *return* yang tinggi terhadap hasil investasi yang telah mereka lakukan. Sehingga hal tersebut dapat memicu adanya permintaan saham dari para investor dan memberikan respon yang positif berupa kenaikan harga saham dan kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage adalah penggunaan hutang oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk menjalankan aktivitas operasi perusahaan dimana selama menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap yang bertujuan agar dapat meningkatkan laba/keuntungan yang dianggap potensial oleh perusahaan bagi pemegang

saham. Oleh sebab itu, apabila perusahaan tersebut dapat mengelola hutangnya dengan baik maka laba/keuntungan yang akan dihasilkan juga akan semakin maksimal yang selanjutnya dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperluas bisnis perusahaan dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan semakin meningkatnya laba yang diperoleh, maka perusahaan dapat menggunakannya untuk melunasi kewajibannya terlebih dahulu kepada kreditur daripada membayar deviden kepada investor. Apabila dihubungkan dengan teori keagenan (*agency theory*), semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin banyak tambahan informasi pada laporan keuangan yang harus diungkapkan perusahaan. Tambahan informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh pemegang obligasi, karena dengan adanya tambahan informasi tersebut keraguan dari pemegang obligasi dapat dihilangkan guna terpenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Sehingga, perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi sangat memungkinkan untuk dapat melakukan pelanggaran terhadap kontrak hutang yang telah ditetapkan sebelumnya yang akhirnya membuat manajer perusahaan cenderung untuk melaporkan laba saat ini lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya. Sehingga, diperlukan adanya saling keterbukaan antara principal dengan agen karena dengan adanya keterbukaan tersebut konflik keagenan (*agency conflict*) dapat dihindari dan tujuan utama antara principal dan agen dapat tercapai yaitu memaksimumkan nilai perusahaan.

H₃: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono (2013:8) menyatakan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sifat dari penelitian ini ialah kausal komparatif yang tujuannya ialah untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis mengenai hubungan sebab akibat antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* dan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan yang dimulai dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020.

Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang akan digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI secara berturut-turut selama tahun 2017-2020, (2) Perusahaan makanan dan minuman yang menerbitkan *annual report* secara berturut-turut selama tahun 2017-2020, (3) Perusahaan makanan dan minuman yang mempunyai laba positif selama tahun 2017-2020.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan ialah data sekunder berupa *annual report* yang telah diterbitkan oleh perusahaan makanan dan minuman yang telah dicari serta dikumpulkan oleh penulis dengan teknik dokumentasi dimana data tersebut dapat diperoleh dari *website* BEI yaitu *www.idx.co.id* ataupun dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Sedangkan, yang menjadi variabel independen atau variabel bebas yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Nilai perusahaan merupakan penilaian yang diberikan oleh seorang investor terhadap tingkat keberhasilan pada suatu perusahaan dan sering dihubungkan dengan harga saham. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio *Price Book Value* (PBV) dimana rasio tersebut merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan oleh investor untuk melihat apakah harga saham suatu perusahaan sudah terlalu mahal atau tidak. Rumus dari *Price Book Value* (PBV) menurut Weston dan Copeland, 2008 (dalam Suffah dan Riduwan, 2016:4), yaitu sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Variabel Independen

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma natural (Ln) total aset, karena apabila semakin besar total aset yang perusahaan miliki maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Rumus dari ukuran perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Apridawati dan Hermanto (2020:12) yaitu sebagai berikut:

$$Size = \ln \text{ Total Aset}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal menghasilkan laba/keuntungan berdasarkan tingkat penjualan, aset serta modal saham tertentu Sartono (2008) (dalam Hergianti dan Retnani, 2020:5). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA) dimana rasio tersebut merupakan rasio yang dapat digunakan oleh investor untuk melihat seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari jumlah aset yang perusahaan miliki. Rumus *Return On Asset* (ROA) menurut Kasmir (2017:202) yaitu sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Leverage adalah penggunaan utang oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk menjalankan aktivitas operasi perusahaan. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang membandingkan antara jumlah hutang yang perusahaan miliki dengan ekuitas. Rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) menurut Kasmir (2017:158) yaitu sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Teknik Analisis Data

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu metode yang menyajikan data dalam bentuk tabel dan grafik serta dapat dilihat berdasarkan nilai *mean* (rata-rata), nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian yang bertujuan agar dapat menggambarkan distribusi serta perilaku data sampel yang berasal dari data penelitian dengan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan apakah persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan melakukan analisis grafik normal *probability plot* (p-plot). Normalitas dapat dideteksi dengan cara melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika penyebaran data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka persamaan regresi tersebut dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normal. Dan sebaliknya, jika penyebaran data menyebar jauh dari garis diagonal serta tidak mengikuti arah garis diagonal maka persamaan regresi tersebut dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan yang bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 , maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ dan VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 , maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah pada persamaan regresi linier mempunyai korelasi atau tidak diantara kesalahan pengganggu pada periode sekarang (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Dalam penelitian ini, ada atau tidaknya autokorelasi pada persamaan regresi dapat dideteksi dengan cara melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Dalam melakukan uji *Durbin-Watson* terdapat beberapa ketentuan yaitu sebagai berikut: (1) Apabila angka DW mempunyai nilai yang kurang dari -2, menunjukkan adanya autokorelasi yang positif, (2) Apabila angka DW mempunyai nilai diantara -2 sampai dengan 2, menunjukkan tidak adanya autokorelasi, (3) Apabila angka DW mempunyai nilai yang lebih dari 2, menunjukkan adanya autokorelasi yang negatif.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dideteksi dengan menggunakan grafik *scatter plot* antara ZPRED (nilai residual dari variabel dependen) dengan SRESID (residualnya) (Ghozali, 2018:138). Apabila tidak terdapat pola tertentu yang jelas pada grafik *scatterplot* serta titik menyebar diatas dan dibawah nol pada sumbu Y, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas. Dan sebaliknya, apabila terdapat pola seperti titik-titik yang membentuk

pola tertentu dan teratur yang bergelombang, melebar yang kemudian menyempit maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terbebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{ROA} + \beta_3 \text{DER} + e$$

Dimana:

PBV	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
β_1 sampai β_3	: Koefisien Regresi
SIZE	: Ukuran Perusahaan
ROA	: Profitabilitas
DER	: <i>Leverage</i>
e	: Error atau faktor pengganggu

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi (*R Square*) merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur besarnya pengaruh atau seberapa jauh kemampuan persamaan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *R Square* yang kecil mengindikasikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai *R Square* yang mendekati satu menunjukkan bahwa hampir semua variabel independen dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk dapat melakukan prediksi terhadap variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan derajat kesalahan/alpha sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka persamaan regresi dapat digunakan pada pengujian yang berikutnya, yang artinya secara bersama-sama variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Dan sebaliknya, jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka persamaan regresi tidak dapat digunakan pada pengujian yang berikutnya, yang artinya secara bersama-sama variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Uji Parameter Individual (Uji t)

Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan derajat kesalahan/alpha sebesar 5% atau 0,05. Adapun syarat ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam pengujian ini yaitu: (1) Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya masing-masing variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan), (2) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak yang artinya masing-masing variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Dari 34 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 13 perusahaan makanan dan minuman yang terpilih sebagai sampel penelitian dan telah memenuhi kriteria-kriteria berdasarkan metode *purposive sampling* yang telah penulis tetapkan sebelumnya. Sehingga, jumlah data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 52 data. Perusahaan makanan dan minuman yang telah terpilih sebagai sampel penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Sampel Perusahaan Makanan dan Minuman

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
2.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
4.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
5.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
6.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
7.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
8.	MYOR	Mayora Indah Tbk
9.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
10.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
11.	SKLT	Sekar Laut Tbk
12.	STTP	PT Siantar Top Tbk
13.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2021 (Diolah)

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	52	27,179	32,726	29,07500	1,476932
ROA	52	,001	,527	,10813	,103796
DER	52	,164	1,766	,73555	,422713
PBV	52	,337	28,874	4,68537	6,368504
Valid N (listwise)	52				

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

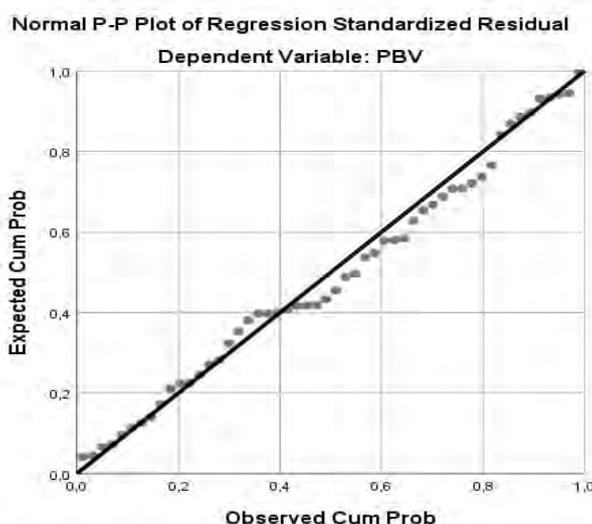
Sesuai dengan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa, variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) dari 13 sampel perusahaan makanan dan minuman selama tahun 2017-2020 mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 27,179 sedangkan nilai terbesar (maksimum) sebesar 32,726. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel ukuran perusahaan sebesar 29,07500 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,476932.

Sesuai dengan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa, variabel profitabilitas (*ROA*) dari 13 sampel perusahaan makanan dan minuman selama tahun 2017-2020 mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,001 sedangkan nilai terbesar (maksimum) sebesar 0,527. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel profitabilitas sebesar 0,10813 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,103796.

Sesuai dengan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa, variabel *leverage* (DER) dari 13 sampel perusahaan makanan dan minuman selama tahun 2017-2020 mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,164 sedangkan nilai terbesar (maksimum) sebesar 1,766. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel *leverage* sebesar 0,73555 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,422713.

Sesuai dengan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa, variabel nilai perusahaan (PBV) dari 13 sampel perusahaan makanan dan minuman selama tahun 2017-2020 mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,337 sedangkan nilai terbesar (maksimum) sebesar 28,874. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel nilai perusahaan sebesar 4,68537 dengan nilai standar deviasi sebesar 6,368504.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik *Probability Plot*
Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Gambar 2 yang merupakan hasil uji normalitas menggunakan grafik *probability plot* (p-plot) menunjukkan bahwa penyebaran data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau tidak menyebar jauh dari garis diagonal. Sehingga model regresi yang digunakan pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa telah memenuhi asumsi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	SIZE	,984	1,016
	ROA	,993	1,007
	DER	,986	1,015

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 3 yang merupakan hasil uji multikolinieritas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar 0,984, profitabilitas (*ROA*) sebesar 0,993, serta *leverage* (*DER*) sebesar 0,986. Sedangkan nilai *VIF* pada ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar 1,016, profitabilitas (*ROA*) sebesar 1,007, dan *leverage* (*DER*) sebesar 1,015. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) atau terbebas dari adanya multikolinieritas karena pada masing-masing variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* < 10.

Uji Autokorelasi

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	,829	,818	2,716864	,857

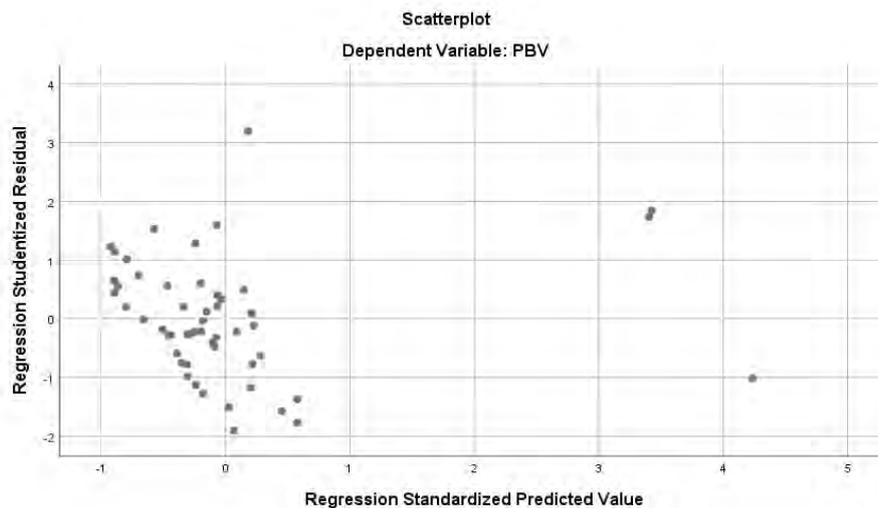
a. Predictors: (Constant), *DER* , *ROA* , *SIZE*

b. Dependent Variable: *PBV*

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4 yang merupakan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 0,857 dimana nilai tersebut terletak diantara -2 sampai dengan 2 ($-2 < 0,857 < 2$), yang artinya bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi adanya autokorelasi atau bebas dari adanya autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik Scatter Plot
Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Gambar 3 yang merupakan hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar diatas dan dibawah nol pada sumbu

Y, maka dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,519	7,550		,334	,740
	SIZE	-,240	,260	-,056	-,925	,359
	ROA	51,022	3,677	,832	13,875	,000
	DER	4,942	,907	,328	5,452	,000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 5 yang merupakan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, maka persamaan regresi pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

$$PBV = 2,519 - 0,240 \text{ SIZE} + 51,022 \text{ ROA} + 4,942 \text{ DER} + e$$

Konstanta sebesar 2,519 yang artinya bahwa apabila variabel independennya yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage* dianggap konstan atau nol, maka nilai dari variabel dependennya yaitu nilai perusahaan adalah sebesar 2,519.

Ukuran perusahaan (*SIZE*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar - 0,240 yang artinya bahwa antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan mempunyai hubungan yang negatif yaitu apabila setiap variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan dengan anggapan bahwa variabel yang lainnya dianggap konstan atau nol yaitu profitabilitas dan *leverage*, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,240 atau -24,0%.

Profitabilitas (*ROA*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 51,022 yang artinya bahwa antara variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan mempunyai hubungan yang positif yaitu apabila setiap variabel profitabilitas mengalami kenaikan dengan anggapan bahwa variabel yang lainnya dianggap konstan atau nol yaitu ukuran perusahaan dan *leverage*, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan sebesar 51,022 atau 5.102,2%.

Leverage (*DER*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 4,942 yang artinya bahwa antara variabel *leverage* dengan nilai perusahaan mempunyai hubungan yang positif yaitu apabila setiap variabel *leverage* mengalami kenaikan dengan anggapan bahwa variabel yang lainnya dianggap konstan atau nol yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan sebesar 4,942 atau 494,2%.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	,829	,818	2,716864	,857

a. Predictors: (Constant), DER , ROA , SIZE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 6 diatas yang merupakan hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,818 atau 81,80% yang artinya bahwa variasi dari variabel nilai perusahaan (PBV) dapat dijelaskan sebesar 81,80% oleh variabel ukuran perusahaan (*SIZE*), profitabilitas (*ROA*), dan *leverage* (*DER*). Sisanya, dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari persamaan regresi pada penelitian ini sebesar 18,20%.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1714,145	3	571,382	77,409	,000 ^b
	Residual	354,305	48	7,381		
	Total	2068,450	51			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), DER , ROA , SIZE

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 7 yang merupakan hasil uji kelayakan model (uji F) dapat dilihat bahwa nilai F hitung diperoleh sebesar 77,409 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut < 0.05, maka persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan pada pengujian yang berikutnya yang artinya bahwa secara bersama-sama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

Uji Parameter Individual (Uji t)

Tabel 8
Hasil Uji Parameter Individual (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,519	7,550		,334	,740
	SIZE	-,240	,260	-,056	-,925	,359
	ROA	51,022	3,677	,832	13,875	,000

DER	4,942	,907	,328	5,452	,000
-----	-------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder, 2021 (Diolah)

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8 diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel ukuran perusahaan diperoleh sebesar -0,925 dengan nilai signifikansi sebesar 0,359 dimana nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ ($0,359 > 0,05$) yang artinya bahwa secara individual variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga, hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8 diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel profitabilitas diperoleh sebesar 13,875 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya bahwa secara individual variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif. Sehingga, hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8 diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel *leverage* diperoleh sebesar 5,452 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya bahwa secara individual variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif. Sehingga, hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8, dapat diketahui bahwa secara individual variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai dari koefisien regresi yaitu -0,240 dengan nilai signifikansi yaitu 0,359 dimana nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ ($0,359 > 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) total aset, karena apabila semakin besar total aset yang perusahaan miliki maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Namun, berdasarkan pada hasil penelitian ini, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga, baik perusahaan yang memiliki ukuran yang besar maupun kecil tidak akan dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan, investor tidak melihat berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, melainkan cenderung melihat kepada kinerja keuangan yang tercantum pada laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan. Selain itu, investor juga cenderung melihat dari segi nama baik perusahaan karena nama baik perusahaan dapat dijaga dengan cara melakukan aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) dimana dari aktivitas tersebut citra atau *image* perusahaan dapat meningkat dimata publik.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016), Lumoly *et al.*, (2018), Suwardika dan Mustanda (2017) serta Prasasti dan Asyik (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8, dapat diketahui bahwa secara individual variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai dari koefisien regresi yaitu 51,022 dengan nilai signifikansi yaitu 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut < 0.05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa apabila semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi pula.

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio ROA (*Return on Asset*). Rasio ROA (*Return on Asset*) merupakan rasio yang membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah aset yang perusahaan miliki. Semakin tinggi rasio ROA (*Return on Asset*), maka semakin efisien manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba/keuntungan berdasarkan aset yang dimiliki. Sehingga, hal tersebut dapat memberikan sinyal yang positif bagi para investor dan dapat meyakinkan mereka untuk membeli saham perusahaan tersebut karena mereka akan menganggap bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memberikan *return* (tingkat pengembalian) yang maksimal kepada pemegang saham dan mempunyai prospek yang bagus dimasa yang akan datang. Dengan semakin banyaknya investor yang membeli saham tersebut, maka semakin naik harga saham dari perusahaan tersebut dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Utama dan Lisa (2018), Suffah dan Riduwan (2016), Azizah dan Widyawati (2021), Hergianti dan Retnani (2020), Lumoly *et al.*, (2018), Rudangga dan Sudiarta (2016), Suwardika dan Mustanda (2017), Prasasti dan Asyik (2018), Apridawati dan Hermanto (2020) serta Novari dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji t) pada Tabel 8, dapat diketahui bahwa secara individual variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai dari koefisien regresi yaitu 4,942 dengan nilai signifikansi yaitu 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut < 0.05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa apabila semakin tinggi *leverage* maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi pula.

Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*). Rasio DER merupakan rasio yang membandingkan antara jumlah hutang dengan jumlah ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio DER, maka semakin banyak hutang yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan yang berasal dari pihak eksternal dalam hal ini adalah kreditur jika dibandingkan dengan jumlah modal sendiri (ekuitas) yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sebelum memberikan pinjaman kepada suatu perusahaan, kreditur selaku pemberi pinjaman akan memberikan penilaian mengenai kondisi dari suatu perusahaan terlebih dahulu apakah layak atau tidak untuk dapat diberikan pinjaman. Apabila perusahaan tersebut telah dinilai layak dan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya, maka mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut telah dianggap mampu dalam menyelesaikan kewajibannya. Setelah itu, tambahan dana yang berasal dari hutang tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperluas bisnisnya. Perusahaan yang mengalami perkembangan adalah perusahaan yang telah berhasil memperluas bisnisnya dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan semakin meningkatnya laba yang diperoleh, maka perusahaan dapat menggunakannya untuk

melunasi kewajibannya terlebih dahulu kepada kreditur daripada membayar deviden kepada investor. Apabila dihubungkan dengan teori keagenan (*agency theory*), semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin banyak tambahan informasi pada laporan keuangan yang harus diungkapkan perusahaan. Tambahan informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh pemegang obligasi, karena dengan adanya tambahan informasi tersebut keraguan dari pemegang obligasi dapat dihilangkan guna terpenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Sehingga, perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi sangat memungkinkan untuk dapat melakukan pelanggaran terhadap kontrak hutang yang telah ditetapkan sebelumnya yang akhirnya membuat manajer perusahaan cenderung untuk melaporkan laba saat ini lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya. Sehingga, diperlukan adanya saling keterbukaan antara *principal* dengan agen karena dengan adanya keterbukaan tersebut konflik keagenan (*agency conflict*) dapat dihindari dan tujuan utama antara *principal* dan agen dapat tercapai yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Utama dan Lisa (2018), Suffah dan Riduwan (2016), Hergianti dan Retnani (2020), Rudangga dan Sudiarta (2016), Suwardika dan Mustanda (2017) serta Azizah dan Widyawati (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan mempunyai tujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) total aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan, investor tidak melihat berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, melainkan cenderung melihat kepada kinerja keuangan yang tercantum pada laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan. Selain itu, investor juga cenderung melihat dari segi nama baik perusahaan karena nama baik perusahaan dapat dijaga dengan cara melakukan aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) dimana dari aktivitas tersebut citra atau *image* perusahaan dapat meningkat dimata publik.

Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rasio ROA (*Return On Asset*) berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa apabila semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi pula. Semakin tinggi rasio ROA (*Return On Asset*), maka semakin efisien manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba/keuntungan berdasarkan aset yang dimiliki, sehingga memberikan sinyal positif bagi para investor dapat meyakinkan investor untuk membeli saham perusahaan tersebut karena mereka akan menganggap bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memberikan *return* (tingkat pengembalian) yang maksimal kepada pemegang saham dan mempunyai prospek yang bagus dimasa yang akan datang. Dengan semakin banyaknya investor yang membeli saham tersebut, maka semakin naik harga saham dari perusahaan tersebut dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Leverage yang diukur dengan menggunakan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa apabila semakin tinggi *leverage* maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi pula. Semakin tinggi rasio DER, maka semakin banyak hutang yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan yang berasal dari pihak eksternal dalam hal ini adalah kreditur jika dibandingkan dengan jumlah modal sendiri (ekuitas) yang dimiliki oleh

perusahaan tersebut. Tambahan dana yang berasal dari hutang tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperluas bisnisnya. Perusahaan yang mengalami perkembangan adalah perusahaan yang telah berhasil memperluas bisnisnya dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan semakin meningkatnya laba yang diperoleh, maka perusahaan dapat menggunakannya untuk melunasi kewajibannya terlebih dahulu kepada kreditur daripada membayar deviden kepada investor.

Saran

Berdasarkan pada simpulan serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan bagi penelitian yang akan datang agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi yaitu sebagai berikut: (1) Menambahkan variabel independen yang lain yang dianggap mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, mengingat masih terdapat pengaruh sebesar 18,20% dari variabel lain diluar dari persamaan regresi pada penelitian ini. Selain itu, pengukuran variabel nilai perusahaan juga dapat menggunakan rasio PER (*Price Earning Ratio*) maupun Tobins'Q, (2) Menggunakan sektor perusahaan yang lain yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selain sektor perusahaan makanan dan minuman, (3) Menambah periode pengamatan yang lebih lama agar sampel yang diperoleh jauh lebih banyak. Sehingga, dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik pada penelitian yang akan datang, (4) Bagi perusahaan, sebaiknya dapat terus meningkatkan kinerjanya dan memberikan perhatian yang lebih terhadap profitabilitas serta *leverage* yang terbukti dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga, nilai perusahaan dapat terus ditingkatkan, (5) Bagi investor, sebelum melakukan investasi sebaiknya mempertimbangkan beberapa faktor yang lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan terlebih dahulu selain ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage*.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. 2020. Hanya 35 Perusahaan Publik Baru yang Tercatat di BEI Selama Sembilan Bulan Terakhir. <https://databoks.katadata.co.id/>. 09 Oktober 2021 (09:30).
- Apridawati, N. D. dan S. B. Hermanto. 2020. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(11): 1-23.
- Azizah, D. G. dan D. Widyawati. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverages* di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 10(1): 1-18.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2019. *Fundamental of Financial Management*. Fourteen Edition. Cengage Learning Asia Pte Ltd, Singapore. Terjemahan N. I. Sallama dan F. Kusumastuti. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keempat belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Edisi 9. Cetakan IX. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harjito, A. dan Martono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Edisi ke 2. EKONISIA. Yogyakarta.
- Hergianti, A. N. dan E. D. Retnani. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(2): 1-20.
- Husnan, S. dan E. Pudjiastuti. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Ketiga. UPP AMPYKPN. Yogyakarta.
- _____. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kelima. UPP STIM YKPM. Yogyakarta.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kesepuluh. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.

- Lumoly, S., S. Murni, dan V. N. Untu. 2018. Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA* 6(3): 1108-1117.
- Novari, P. M dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(9): 5671-5694.
- Prasasti, W. dan N. F. Asyik. 2018. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 7(11): 1-18.
- Rudangga, I. G. N. G. dan G. M. Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-jurnal Manajemen Unud* 5(7): 4394-4422.
- Suffah, R. dan A. Riduwan. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5(2): 1-17.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-19. Alfabeta. Bandung.
- Suryana, F. N. dan S. Rahayu. 2018. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *e-Proceeding of Management. Universitas Telkom*: 2262-2269.
- Sutama, D. R. dan E. Lisa. 2018. Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* X(1): 21-39.
- Suwardika, I. N. A. dan I. K. Mustanda. 2017. Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6(3): 1248-1277.