

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Putra Agustian
putratian02@gmail.com
Djawoto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of firm size which was referred to as Ln Total Asset, profitability which was referred to as Return On Assets (ROA), and leverage which was referred to as Debt to Asset Return (DAR) on firm value which was referred to as Price to Book Value (PBV). The population was 24 Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2017-2021. Moreover, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 11 companies in the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 25. The result of the hypothesis test concluded that firm size had a negative and insignificant effect on firm value. However, profitability had a significantly positive effect on firm value. Likewise, leverage had a significantly positive effect on the firm value of Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2017-2021.

Keywords: firm size, profitability, leverage, firm value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Aset, profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), dan *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Assets Return* (DAR) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV). Populasi dalam penelitian sebanyak 24 perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, sehingga diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS versi 25. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan uji hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

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

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia usaha saat ini mulai berkembang dengan baik. Munculnya berbagai perusahaan baik kecil maupun besar merupakan hal yang biasa. Fenomena ini membuat tingkat persaingan bisnis di Indonesia pada saat ini semakin pesat dengan banyaknya jumlah pengusaha, pendiri perusahaan baru, serta pembuatan bisnis baru yang membuat pemilik antar perusahaan melakukan persaingan secara ketat. Secara umum, perusahaan yang tumbuh cepat telah mencapai hasil positif dalam memperkuat posisi mereka di dalam persaingan, diuntungkan dari peningkatan penjualan yang signifikan dan peningkatan pangsa pasar yang menyertainya. Perusahaan yang tumbuh cepat juga diuntungkan dengan citra positif yang dihasilkan oleh dorongan dari berbagai individu karyawan maupun atasan yang akan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Keperluan pokok dalam kehidupan manusia sehari-hari merupakan makanan dan minuman, keperluan pokok hal yang demikian akan diperhatikan oleh kalangan perusahaan mulai dari yang kecil ataupun perusahaan besar pastinya akan berlomba-lomba untuk membuat potensi bisnis yang menjanjikan. Perusahaan makanan dan minuman ini bisa menarik para investor yang

berkeinginan menanamkan modalnya atau berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga perusahaan bisa mengelola keuangannya untuk memenuhi kebutuhan perusahaan supaya tidak mengalami kebangkrutan di masa sekarang ini.

Perusahaan makanan dan minuman (*Food and Beverages*) ini merupakan sektor perusahaan manufaktur yang mempunyai kesempatan untuk berkembang pesat, seiring meningkatnya jumlah pertumbuhan penduduk masyarakat Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman bahkan terus meningkat, dan memiliki daya pesaing bisnis yang dinamis. Perusahaan makanan dan minuman akan berusaha untuk mengoptimalkan nilai perusahaannya melalui rintangan faktor-faktor kebijakan keuangan yang ditentukan oleh para manajer perusahaan. Diharapkan perusahaan makanan dan minuman ini untuk menunjukkan kinerjanya biar mampu menghadapi persaingan dan memaksimalkan nilai perusahaan yang diinginkannya agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Nilai perusahaan dapat mewakili keadaan perusahaan. Jadi ketika nilai perusahaan baik pasti akan dipandang oleh calon investor, demikian pula sebaliknya jika nilai perusahaan tidak baik maka para calon investor akan beralih ke perusahaan lain. Tingginya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang beredar dipasar. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang (Hermuningsih, S. 2013). Nilai perusahaan diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang diaplikasikan untuk mengevaluasi perbandingan kinerja pasar saham terhadap nilai bukunya. Apabila rasio *Price to Book Value* (PBV) Semakin tinggi, maka semakin sukses perusahaan mewujudkan nilai bagi para pemegang saham atau investor (Brigham dan Daves, 2014). Berikut ini merupakan data perhitungan mengenai nilai perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017–2021.

Tabel 1
Data Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2017-2021

No	Perusahaan	Nilai Perusahaan					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	ADES	1,28	1,28	0,75	1,42	2,24	1,39
2	CEKA	0,95	0,62	0,51	0,88	0,80	0,75
3	DLTA	3,58	4,47	2,95	3,04	3,03	3,41
4	ICBP	4,95	5,29	3,92	2,05	1,56	3,55
5	INDF	1,34	1,28	0,93	0,72	0,59	0,97
6	MLBI	29,68	32,12	27,85	13,38	15,05	23,62
7	MYOR	7,93	6,88	4,10	5,28	3,40	5,52
8	SKBM	0,84	0,76	0,71	0,65	0,69	0,73
9	SKLT	2,58	3,05	2,92	3,37	2,82	2,95
10	STTP	3,69	2,63	5,34	3,19	2,79	3,53
11	ULTJ	3,94	2,99	2,50	3,64	3,33	3,28
Rata-Rata		5,52	5,58	4,77	3,42	3,30	

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa periode 2017-2021 tidak selalu mengalami kenaikan, namun juga mengalami penurunan. Pada tahun 2017 sebesar 5,52 dan tahun 2018 naik menjadi sebesar 5,58 lalu tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 4,77, sedangkan tahun 2020 menurun menjadi 3,42 dan tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 3,30. Walaupun terjadi peningkatan dan penurunan pada sektor makanan dan minuman tetap menjadi sektor yang bertahan dan berkembang pesat di tengah kondisi perekonomian Indonesia, karena keperluan pokok dalam kehidupan manusia sehari-hari merupakan makanan dan minuman, keperluan pokok hal yang demikian akan diperhatikan oleh kalangan perusahaan mulai dari yang kecil ataupun perusahaan besar pastinya akan

berlomba-lomba untuk membuat potensi bisnis yang menjanjikan. Maka dari itu Perusahaan makanan dan minuman mempunyai kesempatan untuk berkembang pesat dalam kondisi krisis maupun tidak. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya Ukuran Perusahaan (Ramadhan SR dan Azhari S, 2012), Profitabilitas (Mardiyati et al., 2012), *Leverage* (Jao R dan Pagalung G, 2011).

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, maka terdapat rumusan masalah adalah sebagai berikut: (1.) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (2.) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (3.) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: (1.) Untuk mengetahui dan menganalisis serta menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (2.) Untuk mengetahui dan menganalisis serta menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (3.) Untuk mengetahui dan menganalisis serta menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

TINJAUAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah suatu keadaan atau situasi yang sudah ditempuh oleh sebuah perusahaan hal yang demikian sudah melewati progres yang panjang untuk menempuh kesuksesan serta keberhasilan, sebagai ilustrasi dari kepercayaan masyarakat kepada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan didefinisikan seperti persepsi investor atas keberhasilan suatu perusahaan dan erat kaitannya dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2007), sedangkan menurut Christiawan dan Tarigan (2007) menyatakan bahwa beberapa konsep atau variabel nilai perusahaan yang mendeskripsikan ke dalam nilai suatu perusahaan yang memastikan keuntungan perusahaan yaitu: nilai nominal, nilai pasar, nilai intrinsik, nilai buku dan nilai likuiditas.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah ukuran yang memungkinkan klasifikasi besar kecilnya perusahaan untuk mengategorikan ukuran perusahaan dalam beberapa cara, termasuk total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya, berdasarkan total asset perusahaan, ukuran perusahaan hanya dapat dibagi menjadi tiga kategori: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*) (Prasetyorini, 2013). Menurut Rodoni dan Herni (2010: 180) menyatakan bahwa proksi untuk ukuran perusahaan biasanya adalah total aset perusahaan. Total aset perusahaan dan nilai pasar ekuitas merupakan faktor penentu untuk mengukur ukuran perusahaan.

Profitabilitas

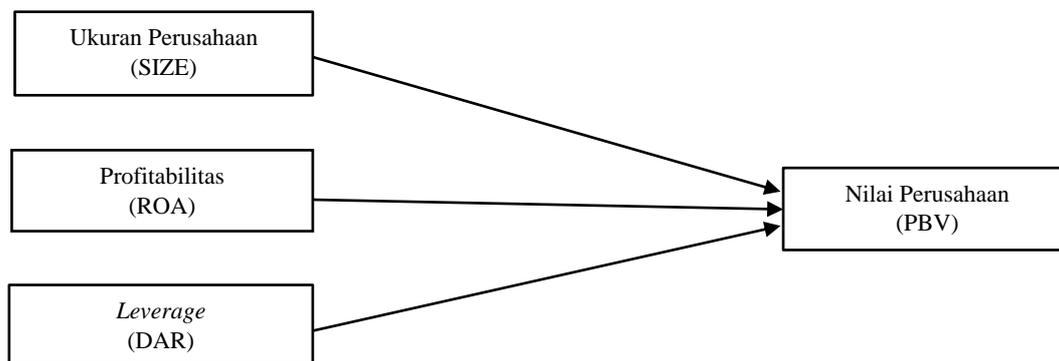
Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit pada tingkat penjualan, aset, dan modal ekuitas (saham) tertentu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Sudana, 2009:25). Pada intinya, profitabilitas adalah cara memperkirakan secara akurat ukuran pengembalian yang dapat diperoleh dari suatu kegiatan investasi sedangkan profitabilitas ini juga dapat digunakan untuk mengukur hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan manajemen dalam melaksanakan manajemen perusahaan. Menurut Sujono dan Soebiantoro, (2007) menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi akan

meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat membuat perusahaan menerima dampak eksternal dan internal yang akan menarik perhatian para calon investor.

Leverage

Leverage adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utangnya. Semakin sedikit hutang yang dimiliki perusahaan, semakin rendah pula risiko keuangan (*finansial risk*), sedangkan menurut Fahmi (2012) menyatakan bahwa *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Kemudian menurut Sudana (2009:24) menyatakan bahwa rasio *leverage* ini untuk mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan. Dapat disimpulkan menurut beberapa sumber di atas, bahwasanya rasio *leverage* adalah rasio utang yang dapat mengukur sejauh mana aktiva dibiayai atau dibelanjakan oleh hutang.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang memungkinkan klasifikasi besar kecilnya perusahaan untuk mengategorikan ukuran perusahaan dalam beberapa cara, termasuk total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Prasetyorini, 2013). Dari hasil penelitian terdahulu menurut Rachmawati Dwi dan Pinem Dahlia Br (2015) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H_1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit pada tingkat penjualan, aset, dan modal ekuitas (saham) tertentu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Sudana, 2009:25). Pada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ini dimana dilihat dari keterampilan perusahaan yang menghasilkan laba meningkat secara signifikan maka dari itu akan diikuti juga dengan peningkatan harga saham pada perusahaan. Maka dari itu menurut hasil penelitian terdahulu Dewi Mahatma Sri Ayu dan Wirajaya (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ialah:

H_2 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam artian sejauh mana beban utang yang ditanggung oleh perusahaan daripada dengan aktivasnya. *Leverage* memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengaplikasikan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham). Namun perusahaan yang mendanai operasionalnya yang meningkat ini sering kali perusahaan memakai dana pinjaman. Jadi semakin tinggi *leverage* berarti semakin besar jumlah modal pinjaman atau utang yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pada penelitian terdahulu menurut Astriani (2014) menyatakan bahwa dalam hasil penelitiannya menunjukkan rasio *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_3 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Pendekatan Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan atau menggunakan metode kuantitatif yang memiliki arti pendekatan kausal komparatif, yaitu menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro Nur dan Supomo Bambang, 1999:12). Penelitian ini menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Gambaran Populasi

Menurut Sugiyono (2014:15) menyatakan bahwa populasi merupakan zona generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari situ ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi objek merupakan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021 sebanyak 24 perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 24 perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1.) Perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2017-2021. (2.) Perusahaan *food and beverages* yang tidak menyajikan data laporan keuangan selama periode tahun 2017-2021. (3.) Perusahaan *food and beverages* yang tidak menghasilkan laba selama periode tahun 2017-2021.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data metode dokumenter, yakni teknik pengumpulan data dengan cara mengolah data atau jurnal laporan keuangan perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang laporan keuangan tahunannya diperlihatkan atau dipublikasikan dalam situs resmi Bursa Efek Indonesia dan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya selama tahun periode 2017-2021.

Definisi Operasional Variabel

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang mendefinisikan besar kecilnya perusahaan *food and beverages* yang tercermin dalam nilai saham, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel kontekstual yang mengukur orientasi pelayanan atau produk. Ukuran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural (Ln) dari Total Aset}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan *food and beverages* untuk menghasilkan laba bersih atau keuntungan dari aktivitas yang dilakukan selama periode akuntansi. Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)* untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dari total aset yang dimiliki. Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk bertujuan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan *food and beverages* yang dibiayai dengan utang. *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Debt to Assets Ratio (DAR)*, karena DAR mengukur sejauh mana atau proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan. DAR dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Total Aktiva (Asset)}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran bagi seorang investor terhadap sebuah perusahaan *food and beverages*. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *price book value (PBV)*. PBV merupakan rasio untuk mengetahui atau mengukur seberapa besar harga pasar saham terhadap nilai buku saham pada perusahaan. PBV dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur seberapa pengaruhnya antara variabel dependen (terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (bebas). Analisis regresi berganda digunakan pada penelitian ini untuk menguji apakah ada yang dapat berpengaruh antara variabel Ukuran Perusahaan (SIZE), Profitabilitas (ROA), dan Leverage (DAR) terhadap nilai perusahaan. rumus regresi yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- PBV = Nilai Perusahaan (*Price Book Value*)
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien Persamaan Regresi Ukuran Perusahaan
- β_2 = Koefisien Persamaan Regresi Profitabilitas
- β_3 = Koefisien Persamaan Regresi *Leverage*
- SIZE = Ukuran Perusahaan

ROA = Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA)
DAR = *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR)
e = *Error*

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah baik variabel dependen (terikat) maupun variabel independen (bebas) dalam model regresi memiliki data yang normal atau tidak. Terdapat 2 (dua) cara dalam melakukan uji normalitas: (a) Analisis statistik dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan kriteria $K-S > 0,05$. (b) Analisis grafik dengan Normal P-P Plot dengan kriteria penyebaran titik di sekitar sumbu dan mengikuti garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya Uji Multikolinearitas dengan melakukan pengujian apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Menurut Ghozali (2016:103) menyatakan bahwa terdapat cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya uji multikolinearitas yakni: (a) Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $\leq 0,10$ maka dikatakan terjadinya multikolinearitas. (b) Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $\geq 0,10$ maka dikatakan tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka terdeteksi terjadinya heteroskedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terdeteksi tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui atau mendeteksi terhadap model regresi apakah terdapat linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau Error pada periode sebelumnya ($t-1$) (Ghozali, 2016:107). Kriteria yang dinyatakan memenuhi dalam uji autokorelasi adalah jika angka *Durbin-Watson* diantara -2 dan +2.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) atau model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat diamati layak atau tidak terhadap variabel dependen (terikat) yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka model regresi layak digunakan sebagai model penelitian, sedangkan Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi tidak layak digunakan sebagai model penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil atau nilai yang mendekati nol berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan

variansi variabel dependen amat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati angka satu atau nilai koefisien determinasi tinggi, artinya bahwa kemampuan variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) menyatakan bahwa uji hipotesis ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau penjelasan secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji hipotesis (Uji t): (a) Jika nilai signifikan $t \leq 0,05$ maka hipotesisnya diterima, artinya variabel bebas di dalam penelitian ini akan signifikan terhadap variabel dependen. (b) Jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka hipotesisnya tidak diterima, artinya variabel bebas yang di dalam penelitian ini akan tidak signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diproksikan menggunakan *Logaritma Natural* (Ln) dari total aset perusahaan merupakan penunjuk dari ukuran perusahaan karena semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan. Maka diperoleh hasil perhitungan *Logaritma Natural* (Ln) pada perusahaan yang dijadikan sampel yaitu sektor dari 11 perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2017-2021 sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil perhitungan Ukuran Perusahaan

No	Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	ADES	27,46	27,50	27,44	27,59	27,90	27,58
2	CEKA	27,96	27,79	27,96	28,08	28,16	27,99
3	DLTA	27,92	28,05	27,99	27,83	27,90	27,94
4	ICBP	31,08	31,17	31,29	32,27	32,40	31,64
5	INDF	32,11	32,20	32,20	32,73	32,82	32,41
6	MLBI	28,55	28,69	28,69	28,70	28,70	28,67
7	MYOR	30,33	30,50	30,58	30,62	30,62	30,53
8	SKBM	28,12	28,20	20,23	28,20	28,31	28,21
9	SKLT	27,18	27,34	27,40	27,37	27,51	27,36
10	STTP	28,48	28,60	28,69	28,87	29,00	28,73
11	ULTJ	29,28	29,35	29,52	29,80	29,63	29,52

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai rata-rata ukuran perusahaan tertinggi adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 32,41, sedangkan perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata ukuran perusahaan terkecil adalah PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) dengan memiliki hasil nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 27,36.

Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diperhitungkan dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). ROA dapat digunakan untuk mengukur kesanggupan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang akan di perhitungkan pada penelitian ini. Berdasarkan rumus yang ada di atas untuk memperhitungkan *Return On*

Assets (ROA) dari 11 Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2017-2021 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Profitabilitas

No	Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	ADES	4,55	6,01	10,20	14,16	20,38	11,06
2	CEKA	7,71	7,93	15,47	11,61	11,02	10,75
3	DLTA	20,87	22,19	22,29	10,07	14,36	17,96
4	ICBP	11,21	13,56	13,85	7,16	6,69	10,49
5	INDF	5,85	5,14	6,14	5,36	6,25	5,75
6	MLBI	52,67	42,39	41,63	9,82	22,79	33,86
7	MYOR	10,93	10,01	10,71	10,61	6,08	9,67
8	SKBM	1,59	0,90	0,05	0,31	1,51	0,87
9	SKLT	3,61	4,28	5,68	5,49	9,51	5,71
10	STTP	9,22	9,69	16,75	18,23	15,76	13,93
11	ULTJ	13,72	12,63	15,67	12,68	17,24	14,39

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata Profitabilitas (ROA) tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 33,86, artinya perusahaan memiliki kemampuan dalam mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba bersih dengan baik, sedangkan perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata terendah adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) dengan hasil nilai rata-rata sebesar 0,87, artinya perusahaan memiliki kemampuan yang tidak baik dalam mengelola aset yang dimilikinya untuk mendapatkan laba bersihnya.

Leverage

Leverage dihitung dengan menggunakan *Debt to Assets Ratio* (DAR). *Debt to Assets Ratio* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana suatu perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan asetnya. Berdasarkan rumus di atas maka hasil perhitungan *Debt to Assets Ratio* (DAR) dari 11 perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2017-2021 dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Perhitungan Leverage

No	Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	ADES	49,66	45,32	30,94	26,94	25,63	35,70
2	CEKA	35,16	16,45	18,79	19,53	18,26	21,64
3	DLTA	14,63	15,71	14,90	16,78	22,81	16,97
4	ICBP	35,72	33,93	31,10	51,42	53,65	41,16
5	INDF	46,83	48,29	43,66	51,49	51,70	48,39
6	MLBI	57,57	59,59	60,44	50,70	62,38	58,14
7	MYOR	50,69	51,44	48,00	43,01	42,97	47,22
8	SKBM	36,96	41,26	43,10	45,61	49,63	43,31
9	SKLT	51,66	54,60	51,90	47,41	39,06	48,93

10	STTP	40,88	37,43	25,46	22,49	15,78	28,41
11	ULTJ	18,86	14,06	14,43	45,38	30,63	24,67

Sumber: Data sekunder, diolah 2022.

Berdasarkan pada tabel 4, dapat dilihat bahwa perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata *Leverage* (DAR) tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) sebesar 58,14, artinya perusahaan memiliki hasil nilai yang paling baik dibandingkan perusahaan lain karena perusahaan tersebut mampu memenuhi kewajibannya secara tepat waktu, sedangkan perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata terendah adalah PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) sebesar 16,97. Maka perusahaan memiliki kemampuan yang paling rendah dibandingkan perusahaan lain dalam memenuhi kewajibannya.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diperhitungkan dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar kinerja harga saham terhadap nilai bukunya. Berdasarkan rumus yang ada di atas pada perhitungan *Price Book Value* (PBV) dari 11 perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2017-2021 dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan

No	Perusahaan	Nilai Perusahaan					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	ADES	1,28	1,28	0,75	1,42	2,24	1,39
2	CEKA	0,95	0,62	0,51	0,88	0,8	0,75
3	DLTA	3,58	4,47	2,95	3,04	3,03	3,41
4	ICBP	4,95	5,29	3,92	2,05	1,56	3,55
5	INDF	1,34	1,28	0,93	0,72	0,59	0,97
6	MLBI	29,68	32,12	27,85	13,38	15,05	23,62
7	MYOR	7,93	6,88	4,1	5,28	3,4	5,52
8	SKBM	0,84	0,76	0,71	0,65	0,69	0,73
9	SKLT	2,58	3,05	2,92	3,37	2,82	2,95
10	STTP	3,69	2,63	5,34	3,19	2,79	3,53
11	ULTJ	3,94	2,99	2,5	3,64	3,33	3,28

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang memiliki hasil nilai rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) sebesar 23,62, artinya perusahaan mampu menjalankan bisnisnya dengan baik dan mengelola keuangannya dengan cara terbaik dibanding perusahaan lain. Sebaliknya perusahaan dengan nilai rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) terendah adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) sebesar 0,73, artinya perusahaan tidak mengelola perusahaan dengan baik dan tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-1,903	5,630		,737
SIZE	-,255	,197	-,066	,202
ROA	,533	,031	,835	,000
DAR	,194	,022	,445	,000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier berganda dapat dijadikan persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$PBV = -1,903 - 0,255 \text{ SIZE} + 0,533 \text{ ROA} + 0,194 \text{ DAR} + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda yang ada di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta (α) sebesar -1,903 satuan menyatakan apabila variabel independen sama dengan 0, maka dapat diartikan variabel dependen sebesar 1,903 satuan. (2) Ukuran perusahaan sebesar -0,255 satuan yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan naik 1 satuan, maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,255 satuan dengan asumsi variabel lain dalam penelitian bernilai konstan. (3) Profitabilitas sebesar 0,533 satuan yang berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan semakin tinggi pula peningkatan sebesar 0,533 satuan. (4) *Leverage* sebesar 0,194 satuan yang berarti bahwa semakin tinggi *leverage* maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,194 satuan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

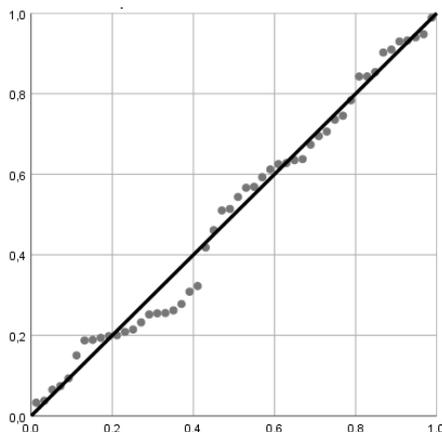
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,20727368
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,115
	Negative	-,082
Test Statistic		,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil metode *Kolmogorov-Smirnov* test yang diperoleh yaitu nilai *Asymptotic Significance* (2-tailed) sebesar 0,067 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi dengan normal dan layak untuk dijadikan penelitian.



Gambar 2
Grafik P-Plot

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan gambar di atas, terlihat hasil grafik bahwa titik-titik pada data mengikuti arah garis diagonal dan menyebar di sekitar garis diagonal. Hal ini data yang digunakan berdistribusi normal dan model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

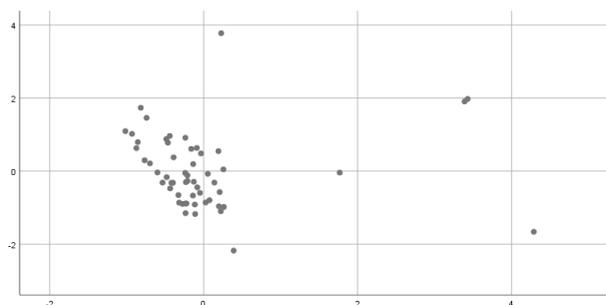
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
SIZE	,911	1,098
ROA	,986	1,014
DAR	,923	1,084

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel 8, hasil data menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 0,911, variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,986, dan variabel *leverage* (DAR) sebesar 0,923. Maka data tabel yang di atas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Untuk nilai *variance inflation factor* (VIF) yang dihasilkan dari variabel ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 1,098, variabel profitabilitas (ROA) sebesar 1,014, dan variabel *leverage* (DAR) sebesar 1,084. Maka semua variabel yang ada di atas memiliki nilai VIF kurang dari 10. Hal ini dapat disimpulkan dari semua variabel bahwa data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1
Grafik Scatterplot

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan pada gambar 3 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas ini terlihat titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 yang terdapat pada sumbu Y. Maka dapat dikatakan bahwa data dari hasil uji tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas dan hasil model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen.

Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,155	Tidak terjadi autokorelasi

a. Predictors: (constant) SIZE, ROA, DAR

b. Dependent Variabel: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dikatakan bahwa nilai *Durbin-Watson* dari penelitian ini menunjukkan sebesar 1,155 yang terletak diantara -2 dan 2 yaitu $-2 < 1,155 < 2$ ini berarti hasil dari tabel di atas tidak terjadi autokorelasi.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Tabel 10
Hasil Uji Kelayakan Model
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1919,391	3	639,797	124,024	,000 ^b
	Residual	263,091	51	5,159		
	Total	2182,482	54			

a. Dependent Variable: PBV

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

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, uji F yang didapatkan dalam penelitian ini menghasilkan nilai yang signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini layak untuk diuji sebagai model penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,938 ^a	,879	,872	2,27127

a. Predictors: SIZE, ROA, DAR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas, menjelaskan perhitungan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,879. Maka diartikan sebagai kontribusi pada variabel independen yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,879 atau 87,9%, sedangkan sisanya 12,1% menjelaskan pada variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 12
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,903	5,630		-,338	,737
SIZE	-,255	,197	-,066	-1,294	,202
ROA	,533	,031	,835	17,064	,000
DAR	,194	,022	,445	8,798	,000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan dari hasil pengujian pada tabel 12 menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut: (1) Dari pengujian variabel ukuran perusahaan (SIZE) mendapatkan hasil sebesar $0,202 > 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak artinya ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. (2) Dari pengujian variabel profitabilitas (ROA) mendapatkan hasil sebesar $0,000 \leq 0,05$, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima yang artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. (3) Dari pengujian hasil variabel *leverage* (DAR) mendapatkan hasil sebesar $0,000 \leq 0,05$, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima artinya *leverage* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan ukuran yang memungkinkan klasifikasi besar kecilnya perusahaan untuk mengategorikan ukuran perusahaan dalam beberapa cara, termasuk total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Prasetyorini, 2013). Berdasarkan perhitungan penelitian ini pada variabel ukuran perusahaan mendapatkan hasil sebesar $0,202$ dan memiliki nilai t sebesar $-1,294$, artinya variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif, pada dasarnya ukuran perusahaan menunjukkan total aset perusahaan, jika nilai ukuran perusahaan tinggi maka semakin besar aktiva yang bisa dijadikan jaminan perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan yang bisa untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Akan tetapi, pada penelitian ini variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikansi dapat diasumsikan bahwa investor membeli saham perusahaan tidak hanya ditinjau dari seberapa besar aktiva perusahaan namun juga dari sisi laporan keuangan, nama baik, dan juga kebijakan dividen perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki total aset yang besar belum tentu menarik kepercayaan para investor untuk membeli saham perusahaan untuk meningkatkan perusahaan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini pada variabel ukuran perusahaan yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dikerjakan oleh para peneliti terdahulu. Salah satunya yang dilakukan oleh Indriyani (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian tidak

sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ernawati dan Widyawati (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit pada tingkat penjualan, aset, dan modal ekuitas (saham) tertentu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Sudana, 2009:25). Pada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ini dimana dilihat dari keterampilan perusahaan yang menghasilkan laba meningkat secara signifikan maka dari itu akan diikuti juga dengan peningkatan harga saham pada perusahaan. Berdasarkan perhitungan di penelitian ini pada variabel profitabilitas mendapatkan hasil sebesar 0,000 dan memiliki nilai t sebesar 17,064, artinya pengujian profitabilitas terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Dalam penelitian ini profitabilitas menunjukkan pengaruh positif, maka dari itu dapat digunakan untuk pertimbangan bagi investor dalam melakukan kegiatan investasi. Peningkatan profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen secara efektif dalam mengelola sumber keuangan untuk menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai perusahaan dalam mengelola labanya, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki laba yang tinggi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dari itu penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh para peneliti terdahulu. Salah satunya dengan penelitian yang dilakukan oleh Astriani (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian sebelumnya tidak sejalan yang dilakukan oleh Rahayu Dwi Fitri dan Asandimitra Nadia (2014) menyatakan bahwa profitabilitas pada penelitiannya berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengaplikasikan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham). Namun perusahaan yang mendanai operasionalnya yang meningkat ini sering kali perusahaan memakai dana pinjaman. Jadi semakin tinggi *leverage* berarti semakin besar jumlah modal pinjaman atau utang yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan perhitungan penelitian ini pada variabel *leverage* mendapatkan hasil sebesar 0,000 dan memiliki t sebesar 8,798. Hal ini dapat dikatakan bahwa dari pengujian *leverage* terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan, artinya semakin tinggi tingkat *leverage* maka akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Maka dari itu memiliki tingkat hutang yang terkendali merupakan hal yang penting bagi kesehatan finansial perusahaan. Kondisi inilah yang akan dipertimbangkan oleh calon investor untuk investasi dalam mendapatkan keuntungan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dari itu penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh para peneliti terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati D dan Pinem DB (2015) menyatakan bahwa hasil penelitiannya pada variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian yang tidak sejalan menurut Cheng dan Tzeng (2011) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena dalam hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki total aktiva yang terlalu besar sehingga menimbulkan sinyal negatif bagi calon investor dan para investor. (2) Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya, profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena dalam hal ini perusahaan memiliki nilai profitabilitas yang tinggi sehingga menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan tersebut semakin baik dalam mengelola sumber keuangan untuk menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai perusahaan dalam mengelola labanya, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut berkembang baik. (3) *Leverage* (DAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya, *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan dalam hal ini perusahaan memiliki nilai *leverage* yang signifikan sehingga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengelola kemampuan operasionalnya dengan baik, tentunya akan diikuti dengan tingginya tingkat penjualan dan pendapatan pada perusahaan.

Saran

Berdasarkan penelitian di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan pada perusahaan dan peneliti selanjutnya, antara lain: (1) Perusahaan *food and beverages* diharapkan untuk memperhatikan ukuran perusahaan dengan menggunakan LN tingkat penjualan, karena tingkat penjualan adalah sumber pendapatan utama bagi perusahaan. Dalam jangka pendek, peningkatan penjualan dapat meningkatkan laba bersih, yang kemudian dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. (2) Perusahaan *food and beverages* seharusnya mengamati tingkat hutang, karena tingkat hutang yang tinggi dapat mempengaruhi beban keuangan yang besar bagi perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan reputasi perusahaan dan kepercayaan investor, sehingga menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, memiliki tingkat hutang yang wajar dan terkendali adalah penting bagi kesehatan finansial perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. (3) Bagi calon investor yang ingin menanamkan modalnya pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI, diharapkan penelitian ini sebagai sarana untuk mengambil keputusan dengan melihat peningkatan pada profitabilitas yang memberikan *return* yang besar kepada para investor. Maka dari itu apabila calon investor memperhatikan tingkat profitabilitasnya pasti akan mendapatkan keuntungan. (4) Bagi para peneliti selanjutnya perlu mengembangkan pengujian dengan menggunakan variabel selain Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* untuk mengetahui pengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astriani, E. F. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 1.
- Brigham, E. F. , & Daves, P. R. (2014). *Intermediate Financial Management*. Cengage Learning.
- Christiawan Yulius Jogi, & Tarigan Josua. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.1.

- Dewi Mahatma Sri Ayu, & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 4.2.
- Ernawati, D., & Widyawati, D. (2015). Pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 4.
- Fahmi, I. (2012). Analisis Kinerja Keuangan.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 8). Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 16(23). <https://doi.org/10.21098/bemp.v16i2>
- Indriantoro Nur, & Supomo Bambang. (1999). Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen (Edisi Pertama).
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Jao R, & Pagalung G. (2011). *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. Jurnal Akuntansi Dan Auditing.
- Prasetyorini, B. fitri. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Price Earning Ratio*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011. Jurnal Ilmu Manajemen |, 1(183).
- Rachmawati Dwi, & Pinem Dahlia Br. (2015). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Equity, 18.
- Rahayu Dwi Fitri, & Asandimitra Nadia. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan *Cash Holding* Terhadap Nilai Perusahaan. Ilmu Manajemen, 2.
- Ramadhan SR, & Azhari S. (2012). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Real State dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Rodoni, A., & Herni, A. (2010). Manajemen Keuangan.
- Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan. *E-Journal* Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Sudana, I. M. (2009). Manajemen Keuangan, Teori dan Praktik: Vol. Cetakan Pertama.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D) (Cetakan Ke-18). Alfabeta .
- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007a). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor *Interen* dan Faktor *Eksteren* terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.7, 1.