

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Adelia Fani Rahma
adeliafanirahma@gmail.com
Ikhsan Budi Riharjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value. In this research, profitability is proxied by Return on Assets (ROA), leverage is proxied by Debt to Equity Ratio (DER), firm size is proxied using the natural logarithm (Ln), and firm value is proxied by Price to Book Value (PBV). The research method employs a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a sample of 24 companies from a population of 51 consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period from 2018 to 2022. A total of 120 observation data points were collected over 5 years. The type of data used in this study is secondary data in the form of financial statements and annual reports. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis. The results indicate that profitability (ROA) has a positive effect on firm value (PBV), leverage (DER) has a positive effect on firm value (PBV), while firm size (SIZE) does not have an effect on firm value (PBV).

Keywords: profitability, leverage, firm size, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA), *leverage* diproksikan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), ukuran perusahaan diproksikan menggunakan *logaritma natural* (Ln) dan nilai perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan metode *purposive* sampling, dan diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan dari 51 populasi perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2022. Jumlah data pengamatan yang diperoleh sebanyak 120 data pengamatan selama 5 tahun. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), *leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), dan ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

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

PENDAHULUAN

Banyaknya perusahaan dalam industri dan kondisi ekonomi saat ini telah membawa pertumbuhan dunia bisnis yang semakin cepat, menyebabkan persaingan yang ketat di antara para pemilik usaha, persaingan dalam industri memungkinkan semua perusahaan bersaing dan berusaha untuk menjadi yang terbaik di bidangnya masing-masing agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Para pemilik perusahaan berfikir bahwa dengan menjadikan perusahaan sebagai salah satu perusahaan *go public* akan meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai Perusahaan guna menarik perhatian para investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Hal demikian tidak sepenuhnya salah, karena pada faktanya perusahaan terbaik di Indonesia Sebagian besar merupakan perusahaan terbuka atau perusahaan yang telah *go public*. Apabila perusahaan publik yang

sahamnya diperdagangkan di bursa, investor dan konsumen akan dapat lebih mengenal dan percaya terhadap perusahaan dan perusahaan juga memiliki citra yang baik dimata para investor. Suatu perusahaan mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang ditetapkan oleh manajer untuk melaksanakan tugas atau kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehubungan dengan semakin ketatnya persaingan, perusahaan senantiasa dituntut untuk meningkatkan kinerja keuangannya, dimana tujuan utama dari peningkatan hasil adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efisiensi dan efektivitas suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan. Meningkatnya kinerja keuangan perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang akan semakin meningkat. Secara umum perusahaan merupakan organisasi yang mencari keuntungan, sehingga tujuan utamanya adalah memaksimalkan keuntungan dan memaksimalkan kekayaan (Basri *et al*, 2002).

Memaksimalkan kekayaan pemegang saham adalah salah satu tujuan perusahaan, untuk mencapai tujuan ini, salah satu cara untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham adalah dengan meningkatkan harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham merupakan tempat semua keputusan keuangan dibuat. Menurut Keown *et al*. (2008), harga pasar perusahaan menunjukkan nilai perusahaan bagi para pemegang saham, termasuk semua resiko dan kompleksitasnya. Calon investor dapat melihat hasil keuangan perusahaan pada laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga calon investor dapat memberikan penilaian kinerja perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan. Berkat adanya laporan tahunan perusahaan, calon investor dan investor semakin mudah melihat perkembangan perusahaan setiap tahunnya. Investor dan calon investor mempercayai perusahaan dengan nilai-nilai perusahaan yang baik, nilai perusahaan yang baik menggambarkan kinerja perusahaan yang baik. Tujuan perusahaan *go public* ialah meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang sahamnya dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Nilai suatu perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual (Husnan dan Pudjiastuti, 2014). Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan, seperti surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang diterbitkan oleh Perusahaan, tinggi rendahnya harga saham sangat dipengaruhi oleh emitennya.

Nilai perusahaan dianggap penting karena nilai yang tinggi diikuti dengan besarnya kekayaan yang disumbangkan kepada pemegang saham. Begitu pula jika nilai perusahaan rendah maka pasar tidak akan bereaksi positif terhadap perusahaan tersebut. Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kinerja keuangan. Dalam berinvestasi, investor menganalisis hasil keuangan perusahaan melalui laporan keuangan yang disampaikan oleh masyarakat untuk mengetahui bagaimana situasi perusahaan pada saat itu. Kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola operasional untuk memperoleh keuntungan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan. Nilai perusahaan yang baik merupakan upaya untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di pasar modal dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Perusahaan selalu berusaha menciptakan nilai tambah yang baik agar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya, jika banyak investor yang menanamkan modalnya maka perusahaan akan lebih mudah mengembangkan usahanya dengan tujuan memperoleh keuntungan yang besar dan melanjutkan operasionalnya. mengambil tindakan untuk menghindari kebangkrutan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal tertentu. Salah satu indikator yang penting bagi investor dalam menilai prospek suatu perusahaan di masa depan adalah dengan melihat

sejauh mana pertumbuhan perusahaan tersebut. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas tertentu. Menurut Purnama dan Nyoman (2014), perusahaan dengan laba yang semakin tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, sehingga dapat menciptakan respon yang baik dari investor sehingga berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan. Jika profitabilitas suatu perusahaan tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut beroperasi secara efisien dan efektif dalam mengelola aset-aset perusahaan untuk menghasilkan laba pada setiap periodenya (Horne dan Wachowicz, 2005). Tujuan investor berinvestasi pada saham perusahaan tentunya adalah *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan maka akan semakin tinggi pula *return* yang diharapkan investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Leverage juga menjadi salah satu faktor yang dianggap mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Menurut Juminang (2014), tujuan kebijakan hutang atau *leverage* adalah untuk mengukur sejauh mana kebutuhan pembiayaan perusahaan dapat ditutupi oleh pinjaman. *Leverage* terjadi karena Perusahaan menggunakan aset dan sumber keuangan dalam operasionalnya sehingga menimbulkan biaya tetap bagi Perusahaan (Sudana, 2011). *Leverage* adalah ketika suatu perusahaan menggunakan hutang untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. *leverage* merupakan rasio hutang atau biasa disebut dengan rasio solvabilitas yaitu rasio yang dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangannya jika terjadi likuidasi (Sawir, 2003). *Leverage* juga merupakan alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk menambah modal guna meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang membiayai terlalu banyak dengan hutang dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan keuntungan atau laba.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan aset yang dimiliki. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkembang sedemikian rupa sehingga investor bereaksi positif dan nilai perusahaan meningkat. Semakin besar total aset maka semakin besar pula perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya atau jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan dan mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui ekuitas, penjualan, dan neraca perusahaan. Peningkatan total aset perusahaan dapat mengindikasikan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan. Ketika suatu perusahaan berada pada tahap kedewasaannya, maka perusahaan tersebut sudah mempunyai arus kas yang positif dan diharapkan dapat menghasilkan laba dalam jangka waktu yang relatif lama.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di BEI?; (2) apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di BEI?; (3) apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di BEI? Seadngkan tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menguji suara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan; (2) untuk menguji suara empiris *leverage* terhadap nilai perusahaan; (3) untuk menguji suara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2019), teori sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang

pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan di masa depan. Teori Sinyal merupakan salah satu teori pilar dalam memahami pengelolaan keuangan dimana sinyal secara umum diartikan sebagai sinyal yang diberikan perusahaan kepada investor. Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal, baik sinyal positif maupun negatif yang muncul dalam laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Jika sinyal yang diberikan perusahaan bernilai positif maka menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan menerima kabar baik dan sebaliknya jika sinyal yang diberikan perusahaan bernilai negatif mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan tersebut sedang mengalami penurunan atau sedang dalam keadaan kurang baik, sehingga investor mendapatkan kabar buruk.

Teori sinyal Menurut Fauziah (2017), teori sinyal dapat memberikan wawasan mengenai sinyal pasar yang dapat membedakan kondisi baik dan buruk bagi suatu perusahaan. Informasi yang diberikan kepada pihak eksternal khususnya investor adalah laporan keuangan perusahaan yang dianggap relevan dan dapat diandalkan. Kegunaan informasi tersebut harus menjadi sinyal kepada pasar yang harus dipertimbangkan investor dalam mengambil keputusan investasi (Suwardjono, 2005). Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai insentif untuk mengkomunikasikan informasi kepada pihak eksternal. Perusahaan cenderung mengetahui banyak informasi dan bagaimana keadaan perusahaan di masa depan dibandingkan dengan pihak eksternal, yaitu investor.

Tujuan dari teori sinyal adalah untuk mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi pada suatu perusahaan sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor menerima sinyal atau informasi yang diberikan oleh suatu perusahaan dan kemudian menganalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut harus dianggap sebagai sinyal baik atau buruk. Semakin baik sinyal positif yang didapat dari perusahaan maka semakin besar pula peluang untuk mempengaruhi investor dan harga saham, karena ketika harga saham naik maka nilai perusahaan juga meningkat.

Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2017), laporan keuangan perusahaan merupakan catatan informasi keuangan perusahaan pada satu periode tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan keuangan perusahaan. Penyusunan laporan keuangan berlangsung dalam jangka waktu tertentu dan dalam praktiknya, laporan keuangan tidak disusun secara sembarangan, melainkan harus disusun sesuai dengan aturan baku yang berlaku. Hal ini dilakukan agar laporan keuangan perusahaan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan. Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan keadaan keuangan dan kinerja perusahaan yang digunakan sebagai sarana informasi (Fahmi, 2015). Laporan keuangan merupakan laporan pertanggung jawaban perusahaan dalam pengelolaan kegiatan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain pemilik perusahaan, pemerintah, kreditor, masyarakat umum, dan pihak-pihak lain. Aktivitas suatu perusahaan dapat digambarkan dengan menggunakan laporan keuangan dalam satu periode keuangan ini adalah bagian dari proses pelaporan keuangan.

Laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan terdiri dari masing-masing laporan keuangan yang mempunyai arti tersendiri jika melihat posisi keuangan perusahaan, namun dalam prakteknya perusahaan harus menghasilkan beberapa jenis laporan keuangan sesuai standar yang telah ditentukan. Dalam prakteknya, ada tiga jenis laporan keuangan yang dapat disusun, yaitu: (1) neraca; (2) laporan laba rugi; (3) arus kas. Analisis laporan keuangan suatu perusahaan merupakan upaya seorang investor untuk mengevaluasi keberhasilan perusahaan untuk memperkirakan tingkat keuntungan yang akan didapat dari sebuah investasi. Selain untuk memprediksi keuntungan, analisis juga digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat risiko suatu investasi.

Consumer Good

Consumer Good adalah perusahaan yang memasok barang-barang yang dibutuhkan konsumen secara rutin dan terus menerus tanpa melalui pengolahan lebih lanjut. Pasalnya, industri barang konsumsi merupakan industri yang sangat penting bagi negara karena menghasilkan barang-barang yang dikonsumsi masyarakat luas. Industri barang konsumsi diklasifikasikan menjadi lima sub sektor, yaitu makanan dan minuman, rokok, farmasi dan peralatan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. *Consumer good industry* semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi industri yang diminati investor. Selain merupakan pasar yang sangat potensial dengan jumlah produk yang banyak, Indonesia juga menghasilkan beberapa produk yang besar dan juga menghasilkan beberapa produk yang selalu dikonsumsi oleh masyarakat.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang tercermin dari laba yang diperoleh perusahaan (Kasmir, 2017). Menurut Suwardika dan Mustanda (2017), perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi menunjukkan kinerja perusahaannya semakin membaik. Profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengatur kinerja perusahaan. Profitabilitas adalah ukuran analisis fundamental yang digunakan investor untuk menilai laba atas investasi suatu perusahaan. Investor mempunyai tujuan dalam melakukan kegiatannya yaitu memperoleh keuntungan yang diharapkan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengatur efisiensi pengelolaan perusahaan. Hal ini dapat tercermin pada pendapatan penjualan dan investasi. Tujuan utama dari rasio ini adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, dengan memperoleh laba yang sebesar-besarnya maka perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawannya dan yang terpenting perusahaan dapat terus melakukan investasi. Adapun tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas: (1) Untuk mengukur atau menghitung keuntungan perusahaan selama periode tertentu; (2) Untuk menilai perkembangan keuntungan dari waktu ke waktu; (3) Untuk menilai laba bersih setelah pajak menggunakan ekuitas; (4) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana yang digunakan perusahaan, baik modal hutang maupun modal sendiri.

Leverage

Leverage merupakan rasio yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mampu mengelola hutangnya untuk memperoleh keuntungan dan mampu melunasi utangnya. Kasmir (2017) menyatakan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban keuangannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penggunaan hutang yang dilakukan perusahaan diharapkan mendapat tanggapan positif dari pihak luar. Oleh karena itu, hutang merupakan tanda atau sinyal positif dari peningkatan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2011:316). *leverage* dapat diartikan sebagai penilaian terhadap risiko pada perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa jika nilai *leverage* tinggi maka menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable* karena jumlah utang lebih besar dibandingkan total aset. Jika suatu perusahaan mempunyai aset yang besar, namun risiko hutangnya juga tinggi, maka investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori sinyal bahwa ketika laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi yang buruk sehingga dianggap sebagai sinyal buruk.

Ukuran Perusahaan

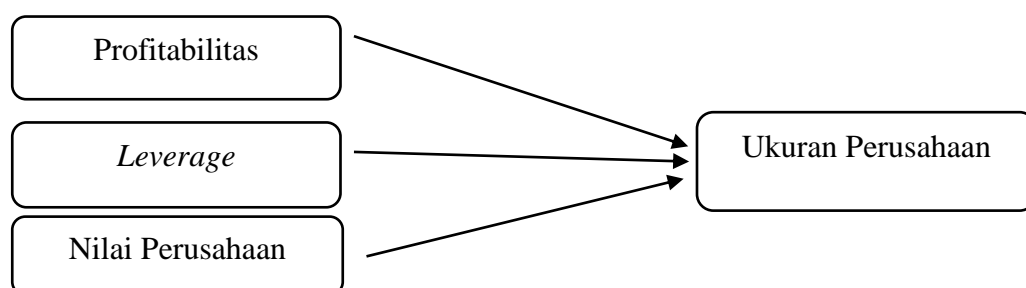
Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya modal yang digunakan dalam perusahaan, total aset yang dimiliki, dan total penjualan perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi mempunyai akses yang mudah karena telah mempunyai posisi yang kuat di pasar modal, sehingga memungkinkan perusahaan besar dengan mudah memperoleh tambahan dana dari pihak eksternal yang selanjutnya perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan ditunjukkan berdasarkan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar merupakan cerminan baik dari perkembangan perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dapat ditunjukkan dengan jumlah total aktiva perusahaan yang bertambah lebih banyak dibandingkan hutang perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham. Bagi perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting dan harus dicapai oleh manajemen perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan juga akan meningkatkan tingkat kekayaan pemegang saham (Brigham dan Daves, 2010). Ketika suatu perusahaan mampu memaksimalkan nilai perusahaannya, maka perusahaan tersebut telah memperoleh kepercayaan investor tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga terhadap prospek masa depan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dan memperoleh laba yang tinggi. Pada dasarnya nilai suatu perusahaan diukur dari beberapa aspek, salah satunya adalah harga pasar perusahaan tersebut, karena harga pasar saham dapat mencerminkan penilaian investor terhadap total ekuitas atau modal saham.

Model Penelitian

Model penelitian dari penelitian ini adalah:



Gambar 1
Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba). Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan perusahaan. Ketika suatu perusahaan memperoleh laba yang relatif tinggi, hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut mempunyai

prospek jangka panjang yang baik, sehingga dapat menarik investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Hubungan teori sinyal dengan profitabilitas yaitu menggambarkan tindakan yang diambil perusahaan untuk menunjukkan kepada investor bagaimana manajemen dapat meningkatkan prospek perusahaan di masa depan yang tercermin dalam informasi laporan keuangan yang mencantumkan laba perusahaan sebagai bentuk kinerja perusahaan agar investor lebih yakin bahwa manajemen telah memenuhi harapan mereka. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wiranti (2022), Dewi (2022), Nurlaila (2022) dan Megawati (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini adalah :

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage adalah penggunaan hutang sebagai sumber pembiayaan untuk menjalankan operasional perusahaan. Perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan (laba) yang dianggap sebagai peluang bagi pemegang saham perusahaan. Oleh karena itu, apabila suatu perusahaan dapat mengelola hutangnya dengan baik maka keuntungan (laba) yang dihasilkan akan maksimum dan perusahaan dapat menggunakannya untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan laba perusahaan. Semakin meningkatnya laba, maka perusahaan dapat menggunakannya untuk melunasi kewajibannya terlebih dahulu dibandingkan membayar dividen kepada investor.

hubungan teori sinyal dengan *leverage* adalah manajemen perusahaan yang mengirimkan sinyal kepada pihak berkepentingan melalui informasi yang terkait berapa besar hutang yang dimiliki perusahaan. Informasi yang mereka terima mengenai jumlah aset dan jumlah hutang digunakan investor untuk mempertimbangkan keputusannya. Jumlah hutang yang rendah akan menarik perhatian investor karena jumlah kewajiban yang dimiliki semakin sedikit. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Megawati (2017), Sutarna (2018) dan Dewi (2022) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini adalah :

H₂: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang digunakan dalam perusahaan, aset yang dimiliki perusahaan dan total penjualan perusahaan. Perusahaan yang berskala besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam pertumbuhan dan perkembangan yang baik sehingga memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi harga sahamnya karena investor akan menganggap perusahaan yang besar dapat menghasilkan return atau tingkat pengembalian investasi jika dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih kecil dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Hubungan teori sinyal dengan ukuran perusahaan dapat dilihat dari semakin besar ukuran perusahaan maka pengelolaan investasi perseroan semakin baik, karena keputusan investasi dapat memberikan sinyal yang baik kepada investor agar perusahaan dapat mengelolanya dengan baik dan memperoleh keuntungan. Secara umum, ukuran perusahaan mempengaruhi penilaian investor. Investor mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Novari (2016), Rahmadinar (2019) dan Megawati (2017) serta Sari (2016)

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana menggunakan angka dalam analisis data. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari serta kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak disektor *consumer good* yang tercatat (*go public*) di Bursa efek Indonesia (BEI) periode penelitian yakni dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Perusahaan tersebut memiliki kewajiban dalam menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan aspek-aspek tertentu (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu, antara lain: (1) Perusahaan sektor *consumer good* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022; (2) Perusahaan sektor *consumer good* yang tidak melakukan publikasi laporan keuangan tahunan selama periode 2018-2022; (3) Perusahaan sektor *consumer good* yang mengalami laba selama periode 2018-2022. Daftar perusahaan yang bergerak pada sektor *consumer good* yang terpilih menjadi sampel penelitian adalah sebanyak 24 perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2022.

Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yaitu data yang diperoleh dari arsip laporan tahunan perusahaan sampel pada penelitian, yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan juga data tersebut merupakan kejadian yang terjadi dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, yaitu informasi yang diperoleh dari sumber lain selain sasaran penelitian atau data yang telah diterbitkan oleh suatu lembaga. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Galeri Bursa Efek Indonesia berupa laporan tahunan perusahaan *consumer good* yang telah diterbitkan dari tahun 2018 sampai dengan 2022.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang telah diterapkan oleh penelitian peneliti sebagai bahan penelitian atau sebagai bahan yang digunakan untuk untuk dipelajari sehingga nantinya akan diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa variabel independen atau juga dikenal sebagai variabel bebas adalah faktor yang mempengaruhi atau

menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen sedangkan Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai keuntungan atau laba pada suatu periode. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil dari jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2017). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Leverage

Leverage adalah rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar hutang dan seberapa banyak hutang yang digunakan dalam kegiatan operasionalnya. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Sartono (2011) *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan perbandingan antara total hutang perusahaan baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam penelitian ini *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *logaritma natural* (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Rumus yang digunakan dalam ukuran perusahaan sebagai berikut:

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

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah penilaian yang diberikan oleh investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan dan sering kali terkait dengan harga saham. Nilai perusahaan memiliki dampak pada persepsi investor dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) dimana rasio tersebut digunakan untuk menilai harga suatu saham dengan cara membandingkan harga saham dengan nilai buku. Rasio *Price to Book Value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per saham}}{\text{Nilai Buku Per saham}} \times 100\%$$

Teknik Analisis Data

analisis data merupakan proses penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengidentifikasi data dalam bentuk yang mudah dipahami.

Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang digunakan oleh penelitian dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa maksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Tujuan dari analisis statistik ini adalah untuk memberikan gambaran atau deskriptif data melalui nilai-nilai seperti nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi (Ghozali, 2018).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi atau menilai apakah ada masalah asumsi klasik dalam regresi linier berganda. Melakukan uji asumsi klasik terhadap variabel dependen dan independen merupakan salah satu persyaratan dalam uji regresi yang mengharuskan data bebas dari asumsi klasik. Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menentukan apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Hal ini biasanya dilakukan dengan menggunakan P-Plot (*Probability Plot*) dan Uji K-S (*Kolmogorov-Smirnov*). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa data benar-benar berdistribusi normal. beberapa kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan normalitas data sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat diartikan data sudah berdistribusi normal; (2) Bila nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat diartikan data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan kondisi dimana suatu korelasi atau hubungan antar pengamatan yang terjadi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya $t-1$. Cara mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test) pada program SPSS dengan kriteria berikut: (1) Jika nilai DW diatas $+2$ maka terjadi autokorelasi negatif; (2) Jika nilai DW diantara -2 sampai $+2$ maka tidak terjadi autokorelasi; (3) Jika nilai DW dibawah -2 maka terjadi autokorelasi positif.

Uji Multikolinearitas

Pada uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Ada tidaknya multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai dari Variance Inflation (VIF) dan tolerance value, Adapun kriterianya adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai tolerance $< 0,1$ dan VIF > 10 artinya terdapat multikolinieritas; (2) Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 Artinya tidak terdapat multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah langkah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika variansi residual memiliki nilai tetap disebut homoskedastisitas sedangkan jika tidak itu menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memiliki homoskedastisitas dan tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dengan dasar sebagai berikut: (1) Jika terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu maka mengindikasikan terjadi adanya

heteroskedastisitas. (2) Jika titik-titik menyebar sempurna di bawah angka 0 pada sumbu Y maka diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya adalah untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk memprediksi kondisi di masa depan. Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1ROA + \beta_2DER + \beta_3SIZE + e$$

Keterangan:

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

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak. Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan derajat kesalahan. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan F > 0,05 maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak; (2) Jika nilai Signifikan F < 0,05 maka model penelitian dapat dikatakan layak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (*R Square*) merupakan pengujian yang digunakan untuk seberapa besar pengaruh atau seberapa baik kemampuan persamaan dalam menjelaskan variasi variabel independen. Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan nilai *R Square* yang mendekati satu menunjukkan bahwa hampir semua variabel independen dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat kesalahan/alpha sebesar 5% atau 0,05. Adapun syarat ada tidaknya pengaruh dari 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).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisi Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	120	.001	.921	.12762	.115988
DER	120	.097	3.825	.74570	.716419
SIZE	120	25.955	32.826	29.22399	1.630968
PBV	120	.228	56.792	4.50216	8.447312
Valid N (listwise)	20				

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan hasil yang tercantum pada tabel 1 di atas menampilkan variabel-variabel secara statistik pada penelitian ini. Nilai minimum ialah nilai terkecil dari rangkaian pengamatan, sedangkan nilai maksimum merupakan nilai terbesar pada rangkaian pengamatan di atas, mean adalah nilai rata-rata dari keseluruhan data pengamatan dan untuk standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat yang berasal dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi banyaknya data. Pada tabel 3 menunjukkan deskriptif, dimana jumlah data yang diteliti sebanyak 120 data pengamatan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan bertujuan untuk menguji dan mengukur apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki tingkat distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan P-Plot (*Probability Plot*) dan Uji K-S (*Kolmogorov-Smirnov*).

Tabel 2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	120	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.84707846
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.040
Test Statistic	.043	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}	

a. Test distribution is Normal.

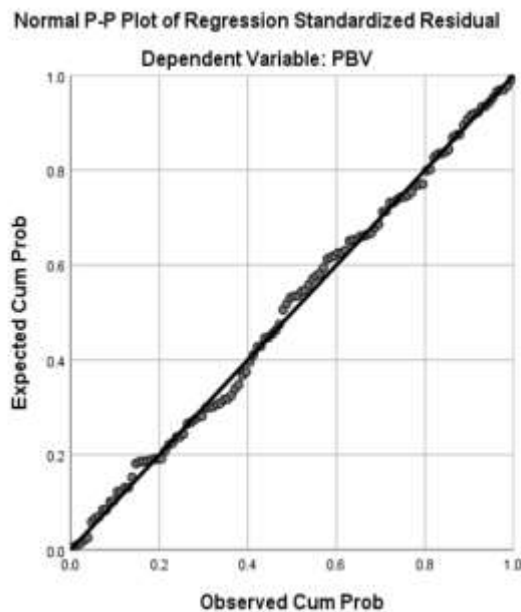
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan hasil yang diberikan pada tabel 2 di atas dapat dilihat jika nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya data tersebut memiliki nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.



Gambar 2
 Grafik Normal P-Plot
 Sumber: Data Sekunder Diolah

Dari hasil analisis uji normalitas menurut Ghozali (2016), jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya menunjukkan bahwa pola distribusi tersebut normal. Berdasarkan pada gambar 2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang artinya data tersebut berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi syarat uji normalitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan kondisi dimana terdapatnya suatu korelasi atau hubungan antar pengamatan yang terjadi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya t-1.

Tabel 3
 Hasil Uji Korelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.644 ^a	.415	.400	.857962	1.144	

a. Predictors: (Constant), SIZE , DER, ROA
 b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Menurut hasil uji autokorelasi pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai dari Durbin Watson menunjukkan nilai sebesar 1,144 Dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan +2 sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen yakni profitabilitas, leverage, ukuran Perusahaan dan variabel dependen yaitu nilai Perusahaan.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

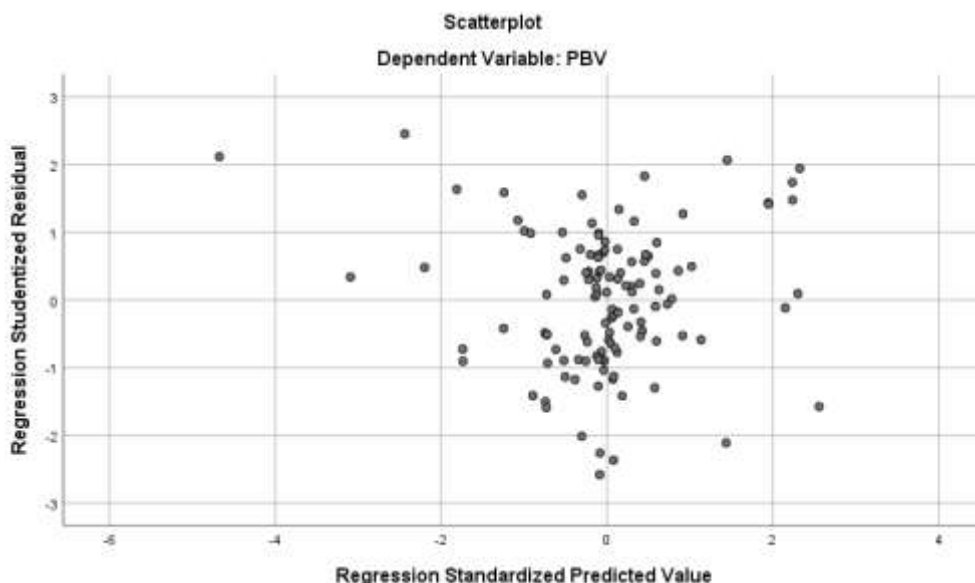
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.948	1.055
	DER	.958	1.044
	SIZE	.952	1.050

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4 diatas menunjukkan jika nilai *tolerance* variable diatas lebih dari 10% atau 0,10 dimana nilai *tolerance* ROA sebesar 0,948, DER sebesar 0,958, SIZE 0,952 dan Nilai *Variance Inflation* VIF kurang dari 10 dimana nilai VIF dari ROA sebesar 1.055, DER sebesar 1.044, SIZE sebesar 1.050. dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel yang terdapat pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat terdeteksi melalui grafik *scatterplot*, dimana jika terjadi heteroskedastisitas titik data akan menyebar diatas dan dibawah atau berada disekitar angka 0, atau titik data tidak terkumpul hanya di satu garis 0.



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data sekunder diolah

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas dan dapat dipertimbangkan untuk digunakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh dari variabel independen, yaitu profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), ukuran perusahaan (SIZE) terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV).

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.905	4.984		-.382	.703
ROA	.628	.077	.599	8.203	.000
DER	.403	.101	.289	3.986	.000
SIZE	1.326	1.463	.066	.907	.366

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 5 diatas diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda yang dihasilkan sebagai berikut:

$$PBV = -1,905 + 0,628ROA + 0,403DER + 1,326SIZE + e$$

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang terdiri dari profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak.

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	60.512	3	20.171	27.402	.000 ^b	
Residual	85.387	116	.736			
Total	145.900	119				

a. Dependent Variable: PBV

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

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Dari hasil dalam tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 27,402 dengan nilai sig 0,000. Oleh karena, itu dapat disimpulkan bahwa model tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.644 ^a	.415	.400	.857962	1.144	

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

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,400 atau 40,0% yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen yakni profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 40,0%. Sedangkan sisanya sebesar 60% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain diluar variabel independen yang dianalisis dalam model.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan derajat kesalahan/alpha sebesar 5% atau 0,05.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.905	4.984		-.382	.703		
ROA	.628	.077	.599	8.203	.000	.948	1.055
DER	.403	.101	.289	3.986	.000	.958	1.044
SIZE	1.326	1.463	.066	.907	.366	.952	1.050

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2024

Berdasarkan dengan hasil uji t pada tabel 8, diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Menurut hasil uji t pada variabel profitabilitas (ROA) sebesar 8,203 dengan tingkat signifikan 0,000. nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05; (2) Berdasarkan hasil uji t pada variabel *leverage* (DER) sebesar 3,986 dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05; (3) Berdasarkan hasil uji t pada variabel ukuran Perusahaan (SIZE) sebesar 0,907 dengan tingkat signifikan 0,366. Nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t sebesar 8,203 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dengan menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai dengan periode 2022. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hal ini dicapai karena profitabilitas dapat menjadi indikator tercapainya target laba yang telah ditetapkan perusahaan. Profitabilitas merupakan hal yang sangat penting dalam setiap perusahaan karena ketika suatu perusahaan membagi dividen maka peranan profitabilitas sangat penting untuk mencapai kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan nilai perusahaan dengan adanya keuntungan (Gryglewicz, 2011).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh wiranti (2022), Dewi (2022) dan Dewantari (2019) serta Megawati (2017) dengan hasil profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi. Cenderung mendapat

kepercayaan dari investor untuk berinvestasi. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel *leverage* (DER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t sebesar 3,986 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima dengan pernyataan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai dengan periode 2022. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan. Dengan *leverage* yang tinggi perusahaan dapat memanfaatkan modal yang berasal dari hutang atau aset yang didanai oleh hutang untuk meningkatkan profit. Dengan demikian perusahaan dapat menjalankan usahanya secara maksimal sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2022) dan Utama (2018) dengan hasil *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Leverage* maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewantari (2019) dan silviani (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai t sebesar 0,907 dengan nilai signifikan sebesar 0,366 dimana tingkat signifikan tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai dengan periode 2022. Dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini ukuran perusahaan tidak signifikan maka dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan penentu nilai perusahaan, hal tersebut dikarenakan investor tidak hanya melihat dari segi ukuran perusahaan dan tingkat aset namun investor harus menilai dari beberapa faktor untuk pertimbangan yang dapat membuat keputusan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurlaila (2022), Rahmadinar (2019) dan Widyantari (2017), namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari (2016), Megawati (2017) dan Sari (2016) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Profitabilitas memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan; (2) *Leverage* memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan; (3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, beberapa saran yang dapat diajukan yakni sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan, Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi berharga bagi manajemen perusahaan dalam mengambil Keputusan dan pembuatan kebijakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Disarankan agar perusahaan focus meningkatkan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaannya untuk mengirim sinyal positif kepada investor dan menarik modal investasi. Permintaan yang tinggi terhadap saham dapat mengangkat harga saham sehingga dengan itu nilai perusahaan juga meningkat; (2) Bagi investor, Sebelum berinvestasi penting bagi investor untuk melakukan analisis menyeluruh terkait potensi pengembalian dan semua risiko yang mungkin muncul. Hal yang sama berlaku untuk faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian mereka dapat merancang portofolio investasi yang baik dan optimal dengan harapan memperoleh hasil sesuai harapan; (3) Bagi peneliti selanjutnya, , diharapkan penelitian selanjutnya dapat melengkapi dengan menambahkan variabel independen tambahan seperti struktur modal, kebijakan dividen, dan variabel lainnya yang kemungkinan mempengaruhi nilai perusahaan, Diharapkan untuk penelitian berikutnya dapat memperluas objek penelitian pada perusahaan yang berbeda yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta memperpanjang periode pengamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, A. I. dan Gitusudarmo. 2002. *Manajemen Keuangan*. BPFE. Yogyakarta.
- Brigham, E. F., dan P. Daves. 2010. *Intermediate Financial Management*. Tenth Edition. Cengage Learning. South Western.
- Brigham, E. F., dan J. F. Houston 2019. *Fundamental of Financial management*. Edisi 11. John Wiley dan Sons. USA.
- Dewantari, N. L. S., W. Cipta., dan G. P. A. J. Susila. 2019. Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74-83.
- Dewi, L. A., dan S. Praptoyo. 2022. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(2).
- Fahmi. 2015. *Manajemen Investasi dan Manajemen Risiko*. Edisi 3. BPFE. Yogyakarta.
- Fauziah, F. 2017. *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan: Teori dan Kajian Empiris*. RV Pustaka Horizon. Samarinda.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Progran SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gryglewicz, S. 2011. *A Theory of Corporate Financial Decisions with Liquidity and Solvency Concerns*. *Journal of Financial Economics*. 99(2): 365- 384.
- Hanafi, M. M. 2011. *Manajemen Keuangan*. BPFE. Yogyakarta.
- Horne, J. G, dan J. M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Husnan, S. E dan Pudjiastuti. 2014. *Dasar-dasar Manajemen keuangan*. Edisi Keenam. UPP AMP YKPM. Yogyakarta.
- Juminang. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Kasmir. 2009. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.
- _____. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kesepuluh. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Keown, A. J, 2008. *Manajemen Keuangan, Edisi 10, Salemba Empat*. Jakarta.

- Megawati, A., dan N. Laily. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(12).
- Novari, P. M., dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. *Doctoral dissertation*. Udayana University.
- Nurlaila, F., dan T. Triyonowati. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Pperusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage di Bei. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(4).
- Pramana, I. G. N., Agung, D dan I. K. Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1): 561-594.
- Purnama, S. I dan A. Nyoman. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Journal Management of Finance*. h: 1427-1441.
- Putra, S. A. 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Doctoral dissertation*. STIESIA. Surabaya.
- Rahmadinar, F. D., dan K. Khuzaini. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(2).
- Sari, M. R. P. A., dan N. Handayani. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(9).
- Sawir, A. 2003. *Analisi kinerja keuangan dan perencanaan keuangan Perusahaan*. PT Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Silviani, D. 2019. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar Di BEI 2015-2017). *Skripsi*. STIESIA. SURABAYA
- Singapurwoko, A. dan M. S. M. El-Walid. 2011. The Impact of Financial Leverage to Probability Study of Non-Financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Economics, Finance And Administrative Science* 137:148.
- Sudana, M. I. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- Sujoko., dan U. Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ektern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 9(1)
- Sutama, D. R., dan E. Lisa. 2018. Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 21-39.
- Suwardika, I. N. 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.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi*. Edisi 3. BPFE. Yogyakarta.
- Widyantari, N. L. P., dan I. P. Yadnya. 2017. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage. *Doctoral dissertation*. Udayana University.
- Wiranti, R. E. 2022. Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perudahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.