

## PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Wulandari

wulandari.1810111445@gmail.com

Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to examine and analyze the effect of profitability, leverage, firm size and sales growth on the firm value of Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The research was quantitative. Moreover, the population was Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2019-2023. The data collection technique used purposive sampling. In line with that, there were 12 companies during 5 years as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with spss 23. Before having multiple linear regression tests, the data had to be passed through a classical assumption test which consisted of a normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test. The result of the hypothesis test showed that profitability did not affect firm value. However, leverage affected firm value. On the other hand, firm size did not affect firm value. Similarly, sales growth did not affect firm value.*

*Keywords: profitability, leverage, firm size, sales growth, firm value*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh variabel independent dan variabel dependent yaitu profitabilitas, *leverage* ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2023. Total sampel setelah dilakukan *purposive sampling* adalah 12 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan laporan keuangan tahunan selama periode 2019-2023. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda, analisis data menggunakan asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan pertumbuhan penjualan juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin luas ini persaingan dalam usaha semakin menjadi lebih ketat. Dikarenakan banyaknya pesaing yang tidak hanya berskala nasional melainkan juga berskala internasional, dengan adanya persaingan ini perusahaan di tuntut untuk dapat menciptakan dan memperdalam lagi strategi - strategi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dan juga mempertahankan eksistensi dan kualitas perusahaan agar perusahaan semakin maju kedepannya dan berkembang sehingga perusahaan mampu mengimbangi daya saing yang tinggi terhadap perusahaan - perusahaan pesaing dimasa yang akan mendatang.

Menurut Kasmir (2011) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan yang

dimiliki maka semakin tinggi juga perusahaan tersebut mengalami tingkat kemakmuran yang tinggi sehingga pemilik saham dapat menerima hasil kemakmuran dari perusahaan tersebut. Suatu perusahaan dapat menilai profitabilitasnya dengan berbagai banyak cara tergantung bagaimana laba dan aktiva yang akan dibandingkan satu dengan yang lainnya dan juga kita bisa melihat juga perbandingan hasil laba sebelumnya dan sekarang, yang dimana kita dapat menilai produktivitas perusahaan yang dilihat dari seluruh dana yang telah kita keluarkan sebelumnya dan sesudahnya dimana kita bisa melihat tolak ukur penilaian bagi trader untuk bisa mengetahui apakah saham tersebut layak di beli atau tidak dan juga membantu menilai dan mengevaluasi bagaimana kinerja perusahaan serta melihat perkembangan dari tahun sebelumnya sampai tahun yang akan mendatang. Sehingga profitabilitas bisa mempengaruhi persepsi pemegang saham terhadap perusahaan mengenai aspek perusahaan dimasa yang akan mendatang karena mempunyai peningkatan profitabilitasnya yang semakin tinggi sehingga akan lebih muda bagi perusahaan untuk dapat memikat para investor. Dengan demikian profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Abdillah, 2013).

*Leverage* adalah rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya (Fahmi, 2014). Mencari rasio ini dapat menggunakan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Semakin tinggi rasio *leverage*, tetapi dengan total aktiva tidak berubah maka hutang yang dimiliki perusahaan menjadi semakin besar. Perusahaan yang banyak melakukan pembiayaan dengan hutang diartikan sebagai perusahaan yang tidak sehat dikarenakan dapat menurunkan laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Hutang berasal dari bank atau dari pembiayaan lainnya. *leverage* dapat diartikan sebagai penggunaan aset dan beban tetap supaya dapat menambah keuntungan untuk para pemegang saham. Namun, penggunaan *leverage* dapat memiliki risiko yaitu dapat menurunnya pendapatan keuntungan yang akan diterima pemegang saham, jika dalam pelaksanaannya perusahaan itu menerima keuntungan lebih kecil dari biaya tetap yang dikeluarkannya.

Suksesnya sebuah perusahaan sebanding dengan harganya yang terus naik, nilai perusahaan yang di bentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi sehingga dalam pencapaian nilai perusahaan yang tinggi dapat ditingkatkan melalui harga saham yang sangat tinggi dan juga keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari bagaimana suatu perusahaan bisa mencapai tujuannya yang dimana perusahaan tersebut bergantung pada sumber daya manusia pada perusahaan tersebut bekerja, berperilaku, dan menjalankan peran atau tugasnya dalam organisasi atau perusahaan tersebut Menurut Kusumaningtyas (2015) nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dan ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total utang, dan nilai buku dari total ekuitas serta nilai perusahaan merepakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham, harga saham semakin tinggi berbanding lurus terhadap nilai perusahaan pula.

Disiplin kerja merupakan faktor utama yang perlu diterapkan dalam suatu perusahaan yang dimana disiplin dalam bekerja juga dapat mempengaruhi prestasi kerja. *Price book value* (PBV) adalah rasio yang dipakai untuk menilai suatu saham apakah harga saham dibawah nilai perusahaan atau harga saham diatas nilai buku. Menurut Sugiyono, (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai kinerja manajemen baik maka diperlukan PBV dari perusahaan diatas nilai buku (*overvalued*) atau diatas satu, apabila angka PBV dibawah satu maka bisa dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*).

Ukuran perusahaan yang besar akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang sangat baik, perusahaan yang pertumbuhannya berkembang dengan baik dan semakin besar maka akan mempermudah bagi perusahaan untuk dapat

memasuki pasar modal. Perusahaan yang besar akan mempunyai resiko yang sangat kecil berbanding terbalik dengan perusahaan yang kecil maka akan mengalami resiko yang sangat besar hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Perusahaan yang memiliki aktiva yang tinggi mereka cenderung memiliki kestabilan yang dimana dengan kestabilan itu dapat menarik investor untuk memiliki saham dari perusahaan tersebut, kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan dipasar modal. Penelitian yang dilakukan oleh Sukma dan Teguh (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif sejalan dengan penelitian dari Cecilia dan Torong (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sesuai dengan kriteria peneliti terdorong melakukan pengujian menggunakan populasi perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Variabel yang akan dipergunakan pada penelitian ini merupakan profitabilitas, leverage, ukuran Perusahaan serta pertumbuhan penjualan sebagai *independent variable*. Sedangkan, nilai perusahaan sebagai *dependent variable*. Berdasarkan dari latar belakang di atas, peneliti terdorong karena memiliki minat untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang “pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjuala terhadap nilai perusahaan. Studi Empiris di Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023”.

Rumusan masalah penelitian ini, yaitu: 1) Apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan? 2) Apakah leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan? 3) Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan? 4) Apakah Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* 2) Untuk menguji pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. 3) Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. 4) Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2011) teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan mendatang yang dimana akan dapat mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Apabila informasi tersebut bernilai positif artinya investor bisa merespon secara positif dan bisa membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak berkualitas, sehingga harga saham bisa semakin tinggi dan nilai perusahaan semakin meningkat. Dengan adanya teori sinyal dapat memudahkan bagi perusahaan untuk mendapatkan informasinya dan juga informasi yang didapatkan juga bisa dimasukkan kedalam laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan pada setiap tahunnya, sinyal yang diberikan kepada perusahaan mengenai tentang kinerja perusahaan dalam aspek keuangan maupun non keuangan Tetapi, apabila investor memberikan sinyal negatif artinya menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi semakin menurun sehingga dapat mempengaruhi penurunan nilai perusahaan. Peningkatan pertumbuhan perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan begitu nilai perusahaan juga akan meningkat secara beriringan. Selain itu, pengeluaran modal juga dapat mengoptimalkan arus kas perusahaan. Dengan optimalnya arus kas tersebut maka kinerja perusahaan serta pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan mendatang pun juga ikut mengalami peningkatan kinerja perusahaan yang baik dan meningkat juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

### Nilai Perusahaan

Menurut Kusumaningtyas (2015) nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dan ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total utang, dan nilai buku dari total ekuitas serta nilai perusahaan merepakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham, harga saham semakin tinggi berbanding lurus terhadap nilai perusahaan pula. Menurut Jayanti (2018) menyatakan bahwa PBV membuktikan bahwa tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan nilai relatif atas jumlah modal yang diinvestasikan. Apabila nilai perusahaan tinggi, maka akan menggambarkan kesejahteraan untuk para pemegang saham (*stockholder*). Hal ini juga dapat meningkatkan kemakmuran pemilik dan pemegang saham (*Stockholder*).

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang didapat perusahaan dalam menjalankan aktivitya, profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula efisiensi perusahaan, sehingga dapat terlihat bagaimana cara kinerja perusahaan yang baik yang dimana mereka dapat menunjukan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan mendatang (Hermuningsih, 2013). Ukuran yang bisa digunakan dalam mengukur rasio profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE) memberikan tingkat hasil pengembalian investasi bagi para pemegang saham.

### Leverage

*Leverage* adalah rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya (Fahmi, 2014). Mencari rasio ini dapat menggunakan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas.

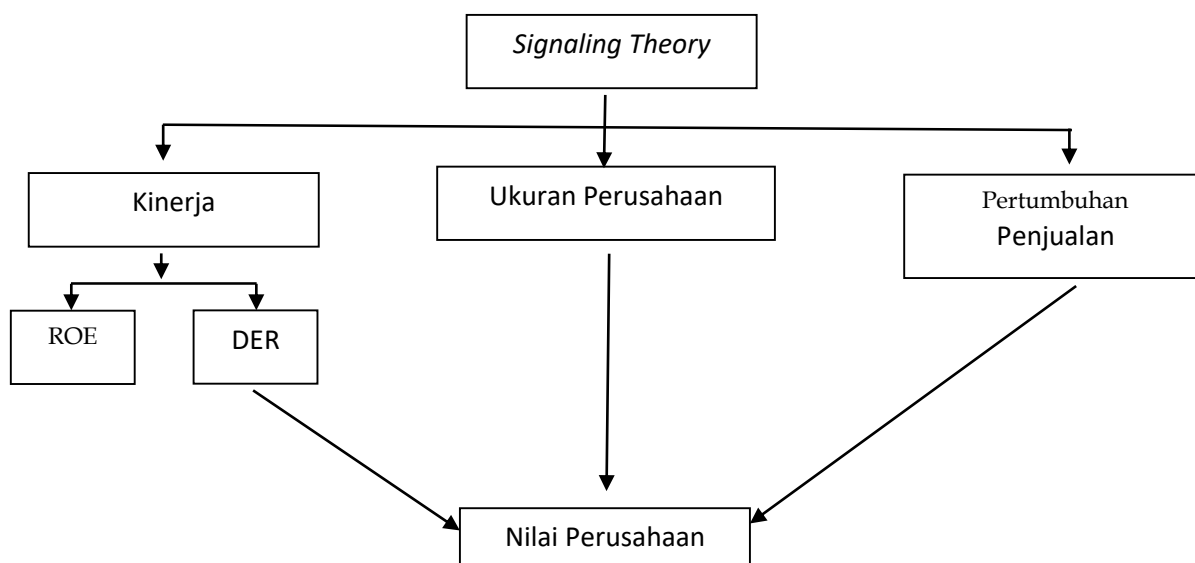
### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Elva, 2012). Ukuran perusahaan dibagi menjadi 3 golongan yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*) Putri dan Merkusiwati (2014). Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaanya maka akan semakin mudah juga bagi perusahaan untuk dapat mendapatkan pendanaan modal dari investor baik yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal, ukuran perusahaan juga menentukan tingkat kepercayaan dari seorang investor. Kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil.

### Perumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2018) pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan penjualan mempunyai faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan yakni pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan bagaimana perusahaan dalam mengelola penjualannya dengan meningkatkan strategi yang telah disusun sebelumnya. Salah satu pertumbuhan yang dapat dilihat adalah dari hasil kenaikan penjualan dari tahun ketahun khususnya hasil penjualan ditahun lalu. Dengan tingkat penjualan yang tinggi, perusahaan dapat memprediksi pertumbuhan penjualan dimasa depan

### Rerangka Pemikiran atau Konseptual



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang didapat perusahaan dalam menjalankan aktivitya (Hardiyati, 2012). Profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik, dan juga profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang diperoleh dari kegiatan operasionalnya, semakin besar rasio profitabilitasnya maka akan semakin besar juga nilai profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas sangat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

#### Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* adalah rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Dalam pengelolaan *leverage* sangat penting dan dibutuhkan karena pengambilan keputusan dalam menggunakan hutang. *Leverage* merupakan salah satu alat yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal dalam upaya meningkatkan keuntungan atau mendapatkan laba. Hasil penelitian dari Widnyana *et al.*, (2021) menyatakan bahwa menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian dari Saswani *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

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

#### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Elva, 2012). Ukuran perusahaan dianggap menjadi faktor utama dalam mempengaruhi nilai perusahaan karena dengan adanya ukuran perusahaan yang semakin besar maka semakin mudah untuk perusahaan akan mendapatkan sumber pendanaan, jika ukuran perusahaan semakin besar maka akan lebih muda bagi perusahaan untu masuk kedalam pasar modal sehingga perusahaan akan lebih mudah untuk mendapatkan dana dari

investor. Dana yang diperoleh bisa digunakan untuk kebutuhan operasional sehari-hari sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukma dan Teguh, (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian Cecilia dan Torong, (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu kegiatan yang mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan yang akan datang. Menurut Kasmir (2018) pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan penjualan mempunyai faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan yakni pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan bagaimana perusahaan dalam mengelola penjualannya dengan meningkatkan strategi yang telah disusun sebelumnya. Salah satu pertumbuhan yang dapat dilihat adalah dari hasil kenaikan penjualan dari tahun ketahun khususnya hasil penjualan ditahun lalu. Dengan tingkat penjualan yang tinggi, perusahaan dapat memprediksi pertumbuhan penjualan dimasa depan. Hasil penelitian Pantow (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa,

H<sub>4</sub>: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian dengan melihat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen pada objek yang akan diteliti yang bersifat sebab akibat. Kemudian dicari seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga memiliki informasi laporan keuangan sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan periode tahun 2019-2023.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan dan kriteia tertentu dari penelitian yang dijadikan sampel. Kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. (2) Perusahaan *food and beverage* yang tidak menyajikan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2019 sampai dengan 2023. (3) Perusahaan *food and beverage* yang tidak menyajikan laba periode selama periode 2019 sampai dengan 2023.

**Tabel 1**  
**Seleksi Sampel Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023	28
2	Perusahaan <i>food and beverages</i> peneliti tidak menemukan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut sejak periode 2019-2023	(14)
3	Perusahaan <i>food and beverages</i> yang tidak menghasilkan laba sejak periode 2019-2023	(2)
Observasi	Jumlah akhir sampel penelitian	12
		60

**Data laporan keuangan diolah, 2024**

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan *food and beverage* pada periode 2019-2023 yang bersumber melalui situs Bursa Efek Indonesia (BEI).

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Profitabilitas

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang didapat perusahaan dalam menjalankan aktivitya (Hardiyati, 2012). Profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik, dan juga profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang diperoleh dari kegiatan operasionalnya, semakin besar rasio profitabilitasnya maka akan semakin besar juga nilai profitabilitas perusahaan. Fahmi (2014) rumus untuk mengukur *Return on equity* yaitu:

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak (EAT)}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

#### Leverage

*Leverage* juga mempunyai pengertian yang mudah dipahami sebagai ukuran dari resiko yang menempel pada perusahaan. Penggunaan hutang di perusahaan sebagai pendanaan operasional perusahaan akan mempengaruhi tingkat leverage suatu perusahaan. Menurut Arifianto dan Chabachib (2016) leverage adalah penaksir dari resiko di perusahaan. Rumus *Debt to Equity Ratio* yaitu:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

#### Ukuran Perusahaan

Riny (2018) *size* adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. besar kecilnya perusahaan ditentukan oleh total aktiva yang dimiliki perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan dengan total aktiva yang besar lebih kuat, operasional lebih stabil dan relatif lebih banyak menghasilkan laba sehingga prospek perusahaan kedepannya lebih baik. Perusahaan yang memiliki aktiva yang besar. *Size* perusahaan yang lebih dapat menjalankan operasinya secara berkelanjutan sehingga dapat memberikan pengembalian investasi yang lebih tinggi maka semakin besar *size*, nilai perusahaan akan semakin tinggi. Menurut Prasetyorini (2013) ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus:

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

### Nilai Perusahaan

Menurut Isti'adah (2015) nilai perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dari ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total utang dan nilai buku dari total ekuitas. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan pengukuran *price book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham.

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga saham perlembar saham}}{\text{Nilai Buku perlembar saham}}$$

### Teknik Analisis Data

#### Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif pada penelitian ini berguna untuk memberikan deskriptif atau gambaran mengenai suatu data supaya data yang disajikan mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Analisis statistik deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti nilai rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standard deviation*), nilai minimum dan maksimum.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah di dalam model regresi variabel residual penelitian ini memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Maka, uji yang akan digunakan dalam pengujian normalitas pada penelitian ini disajikan dalam dua tampilan uji yakni dengan uji normal probability plot (P-Plot) dan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Uji normal P-Plot cara pandangnya dengan melihat sebaran data atau titik-titik pada sumbu diagonal. Grafik pola yang baik ditunjukkan pada data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan, uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut: (a) dikatakan data tersebut berdistribusi normal, jika nilai signifikansi Tabel Kolmogorov-Smirnov  $> 0.05$ . (b) dikatakan data tersebut berdistribusi tidak normal, jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov  $< 0.05$ .

##### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozalim, 2018). Untuk menentukan atau mengukur model regresi adanya multikolienaritas atau tidak, menggunakan tolerance value dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan ketentuan sebagai berikut: (a) Jika memiliki nilai VIF  $< 10$  dan tolerance value  $> 0.1$ , maka tidak terdapat multikolinearitas yang berarti model regresi dinyatakan baik. (b) Jika memiliki nilai VIF  $> 10$  dan tolerance value  $< 0.1$ , maka terdapat multikolinearitas yang berarti model regresi dinyatakan tidak baik.

##### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamat lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnnya tetap, maka disebut *heteroskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Untuk menguji ada atau tidaknya gejala *heteroskedastisitas* yaitu dengan menggunakan grafik *plot* atau *scatterplot*. Apabila titik-titik dalam grafik membentuk pola yang teratur maka dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas. Apabila titik-titik dalam grafik membentuk pola yang menyebar diatas

dan di bawah angka nol sumbu Y maka kesimpulannya tidak terjadi gejala *heteroskedastisitas* (Ghozali, 2016).

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut: apabila angka D-W di bawah -2, maka ada autokorelasi positif; apabila angka D-W di antara -2 sampai +2, maka tidak ada autokorelasi; serta apabila angka D-W di atas +2, maka autokorelasi negative.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda untuk mengukur seberapa besar kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hubungan yang dihasilkan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang memberi petunjuk hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen). Uji regresi linier berganda dapat dirumuskan dengan persamaan dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{ROE} + \beta_2 \text{DER} + \beta_3 \text{UP} + \beta_4 \text{GR} + e$$

Keterangan:

Y	: Nilai Perusahaan
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_{1234}$	: Koefisien Regresi Model
X1	: profitabilitas
X2	: <i>leverage</i>
X3	: Ukuran Perusahaan
X4	: Pertumbuhan Penjualan
$\varepsilon$	: <i>Standard error</i>

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali, (2018) dalam mengartikan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) ialah koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Jika nilai koefisien R<sup>2</sup> mendekati 0, maka dikatakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam mendeskripsi atau memprediksi nilai variabel dependen menjadi terbatas. Sedangkan, jika nilai koefisien R<sup>2</sup> mendekati 1, maka dikatakan bahwa variabel-variabel independen di nilai memiliki hubungan kuat antara variabel independen dengan dependen, karena mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mendeskripsi atau memprediksi variabel dependen.

### Uji Kelayakan Model

Menurut Ghozali, (2018) uji kelayakan model atau biasa disebut sebagai uji f bertujuan untuk menguji kesesuaian model regresi, apakah adanya pengaruh terhadap model regresi linear berganda secara keseluruhan dalam mengukur penelitian ini. Untuk melakukan pengujian kelayakan model, dapat diukur dengan melihat nilai uji statistik f. Apabila nilai uji f menunjukkan > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak memiliki pengaruh diantaranya, sehingga tidak layak untuk dijadikan pengujian atau analisis selanjutnya. Namun, apabila nilai uji f menunjukkan < 0.05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi di nilai memiliki pengaruh sehingga dapat dikatakan layak untuk dijadikan pengujian lebih lanjut atau selanjutnya.

## Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali, (2018) uji t bertujuan untuk menguji hipotesis. Dinyatakan diterima atau ditolaknya hipotesis dapat dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut: Pertama, apabila tingkat signifikan menunjukkan  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel (terikat) dependen. Kedua, apabila tingkat signifikan menunjukkan  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel (terikat) dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Berikut perhitungan hasil statistik deskriptif dari data yang sudah diolah yang disajikan pada tampilan Tabel 2.

**Tabel 2**  
*Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROF	60	.00092	6.06	.4144	.90691
LEV	60	.11	2.14	.6379	.42667
UP	60	14.88	30.78	252.742	5.21629
PERT	60	-.73	10.82	.3014	1.45527
PBV	60	.01	5.38	19.023	1.55541
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Pada tampilan tabel 1 variabel profitabilitas yang di proksikan dengan perhitungan *return on equity* (ROE) nilai minimum sebesar 0,0092 dan nilai maximum sebesar 6,06, sedangkan untuk rata rata *return on equity* Perusahaan yang diobservasi sebesar 0,4144 dengan standar deviasi sebesar 0,90691

Variabel kedua *leverage* yang di proksikan dengan perhitungan *debt equity ratio* (DER) nilai minimum sebesar 0,11 dan nilai maximum sebesar 2,14, sedangkan untuk rata rata *debt equity ratio* Perusahaan yang diobservasi sebesar 0,6379 dengan standar deviasi sebesar 0,42667

Variabel ketiga ukuran Perusahaan (size) nilai minimum sebesar 14,88 dan nilai maximum sebesar 30,78, sedangkan untuk rata rata Ukuran Perusahaan Perusahaan yang diobservasi sebesar 252,742 dengan standar deviasi sebesar 5,21629

Variabel keempat pertumbuhan penjualan nilai minimum sebesar -0,73 dan nilai maximum sebesar 10,82, sedangkan untuk rata rata Pertumbuhan penjualan Perusahaan yang diobservasi sebesar 0,3014 dengan standar deviasi sebesar 1,45527

Variabel kelima *price book value* (PBV) nilai minimum sebesar 0,01 dan nilai maximum sebesar 5,38, sedangkan untuk rata rata *price book value* Perusahaan yang diobservasi sebesar 19,023 dengan standar deviasi sebesar 1,55541

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik di interpretasikan agar dapat mengetahui dan memastikan bahwasannya persamaan dari regresi yang dihasilkan mempunyai ketelitian atau kekonsistenan data, tidak menyimpang serta memastikan terpenuhinya asumsi model regresi yang termasuk baik. Uji asumsi klasik dapat teruji baik apabila memenuhi keempat kriteria pengujian di dalamnya yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Adapun hasil analisis dari pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini sebagai berikut:

## Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		60
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.19290712
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.091
	<i>Positive</i>	.073
	<i>Negative</i>	-.091
<i>Test Statistic</i>		.091
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)<sup>c</sup></i>		.200
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)<sup>d</sup></i>	<i>Sig.</i>	.247
	<i>99% Confidence Interval Lower Bound</i>	.236
	<i>Upper Bound</i>	.258

a. Test distribution is Normal.

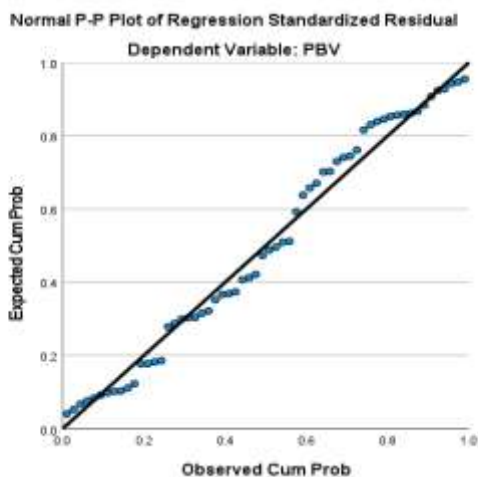
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

**Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024**

Diketahui sebelumnya bahwa hasil data tidak berdistribusi secara normal maka dengan ini peneliti menggunakan teknik outlier. Setelah ter-outlier, grafik pola sudah menunjukkan data menyebar atau mendekat di sekitar arah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya serta pada uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai asymp, sig. 2-tailed d atas 0,05 yang artinya analisis uji normal probability plot (P-Plot) dan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data telah berdistribusi secara normal yang menunjukkan adanya nilai yang menunjukkan nilai diatas 0,005 yaitu 0,070 yang artinya sdatanya berdristribusi secara normal.



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Normalitas Probability-Plot Setelah Outlier**  
**Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024**

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat di indikasikan bahwa residual data telah berdistribusi normal. Dan dapat diketahui bahwa histogram setelah dilakukan eliminasi outlier, bentuk kurvanya sudah simetris sehingga dapat diindikasikan residual data telah memenuhi asumsi kenormalan.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics		Keterangan	
	Tolerance	VIF		
(Constant)				
1	PROF	.624	1.604	Tidak terjadi multikolinearitas
	LEV	.557	1.795	Tidak terjadi multikolinearitas
	UP	.607	1.648	Tidak terjadi multikolinearitas
	PERT	.972	1.029	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat ditunjukkan bahwa semua nilai VIF < 10 untuk semua variabel prediktor/independen dan nilai *tolerance* > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi kasus multikolinearitas antar variabel prediktor/independen dan variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil olah data, menghasilkan Durbin- Watson pada penelitian ini sebesar 1,482. Diketahui bahwa nilai Durbin- Watson berada diantara -2 dan 2 ( $-2 \leq 1,482 \leq 2$ ) sehingga kesimpulannya adalah model regresi pada penelitian ini bebas autokorelasi atau tidak terjadi masalah dalam autokorelasi.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

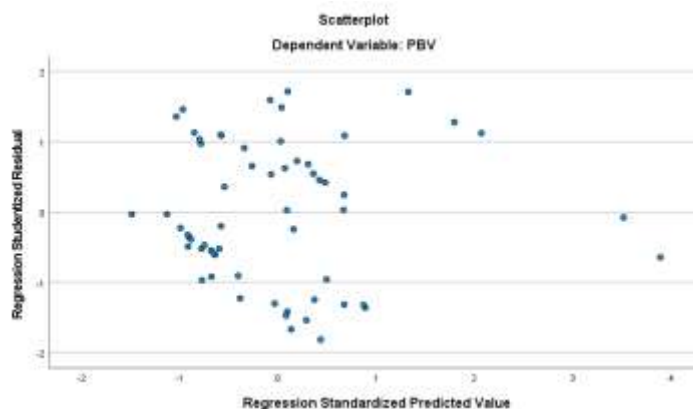
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 <sup>a</sup>	.384	.339	.19980	.872

a. Predictors: (Constant), PERT, PROF, SZ, LEV

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Hasil heteroskedastisitas diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. kesimpulannya adalah bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam variabel dependen yang telah digunakan dalam penelitian ini

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.274	.194		1.417	.162
ROE	.055	.036	.205	1.527	.133
DER	.271	.082	.470	3.314	.002
UP	.000	.006	-.005	-.038	.970
PERT	-.008	.018	-.047	-.436	.665

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$PBV = 0,274 + 0,055 \text{ Prof} + 0,271 \text{ Lev} + 0,000 \text{ Sz} + -0,008 \text{ Gr} + e$$

Dari persamaan tersebut model regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta a (constant) sebesar 0,274 yang bernilai positif. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya variabel independent profitabilitas (ROE), leverage (DER), Ukuran Perusahaan, pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependent yaitu nilai Perusahaan. bernilai 0 (nol) maka variabel dependen tidak dipengaruhi variabel independen.

Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai koefisien sebesar 0,055. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh hubungan yang searah antar variabel *return on equity* dengan nilai Perusahaan (PBV). Apabila *return on equity* mengalami kenaikan maka nilai Perusahaan juga akan naik. Sebaliknya apabila *return on equity* mengalami penurunan maka nilai Perusahaan (PBV) juga akan menurun.

Variabel leverage (DER) memiliki nilai koefisien sebesar 0,271. Hal ini menunjukkan bahwa DER berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan dikarenakan semakin rendah DER maka akan semakin tinggi juga kemampuan Perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Semakin besar proporsi hutang yang digunakan untuk struktur modal suatu Perusahaan, maka akan semakin besar pula jumlah kewajibannya. Jika beban hutang semakin tinggi, maka kemampuan Perusahaan untuk membagi deviden akan semakin rendah.

Variabel ukuran perusahaan nilai koefisien sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan yang searah antar variabel ukuran Perusahaan dengan nilai Perusahaan. Apabila *size* mengalami kenaikan maka nilai Perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Sebaliknya jika ukuran Perusahaan menurun maka nilai Perusahaan juga akan menurun.

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai koefisien sebesar -0.008. hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap nilai Perusahaan dikarenakan Perusahaan cenderung menggunakan data internal berupa laba ditahan untuk memenuhi kegiatannya sehingga akan memiliki Tingkat rasio hutang yang tinggi.

## Uji Kelayakan Model (Uji F)

**Tabel 7**  
Hasil Uji Kelayakan Model F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.367	4	.342	8.560	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.196	55	.040		
	Total	3.562	59			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), ROE, DER, UP, PERT

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 7 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 8,650 dengan signifikansi 0,00 dimana tingkat signifikansi < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa uji model ini layak digunakan dalam penelitian.

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 8**  
Hasil Koefisien Determinasi atau Uji (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 <sup>a</sup>	.384	.339	.19980	.872

a. Predictors: (Constant), PROF, LEV, SZ, PERT

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji dari R<sup>2</sup>, diketahui bahwa hasil dari uji koefisien determinasi R square sebesar 0,384 yang berarti bahwa variabel independen profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan dapat menjelaskan bahwa variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 38,4%, sedangkan sisanya sebesar 61,6% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lainya yang berada diluar penelitian ini

## Pengujian Hipotesis (Uji t)

**Tabel 9**  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error			
	(Constant)	.274	.194	1.417	.162	
	ROE	.055	.036	1.527	.133	H1 ditolak
1	DER	.271	.082	3.314	.002	H2 diterima
	UP	.000	.006	-.038	.970	H3 ditolak
	PERT	-.008	.018	-.436	.665	H4 ditolak

Sumber: Data laporan keuangan diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut: berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai koefisien B *return on equity* (ROE) sebesar 0,005 dengan nilai signifikansi sebesar 0,133 atau nilai signifikansi  $>0,05$  dengan nilai t sebesar 1,527. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 1 ditolak

Dari hasil uji hipotesis pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai koefisien B *debt to equity ratio* (DER) sebesar 0,271 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dengan nilai t sebesar 3,314. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 2 diterima

Nilai t dari variabel ukuran perusahaan pada tabel 9 sebesar -0,038 dan nilai koefisien B ukuran perusahaan sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,970 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 3 ditolak

Nilai koefisien B pada tabel 9 menunjukkan pertumbuhan penjualan sebesar -0,008 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,665 > 0,05$  dengan nilai t sebesar -0,436. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 4 ditolak

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada dugaan hipotesis pertama yaitu menyatakan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai B sebesar 0,055 yang menunjukkan (arah positif) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,1337 > 0,05$ , yang artinya *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dugaan hipotesis pertama ditolak dan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang menyebabkan *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan yakni adalah Perusahaan lebih banyak menggunakan kredit dalam membelanjai kegiatan-kegiatan Perusahaan yang akan memperoleh nilai *return on equity* yang tinggi ketimbang menggunakan volume penjualan, struktur modal dan struktur utang. Hal yang harus dilakukan oleh Perusahaan adalah dengan mengoreksi Kembali prospek kegiatan yang dijalankan Perusahaan agar lebih produktif, sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar daripada modalnya.

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

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai B sebesar 0,271 yang menunjukkan (arah positif) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , yang artinya *leverage* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dugaan hipotesis kedua diterima dan dapat disimpulkan bahwa *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* diproksikan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang berkesimpulan bahwa nilai DER yang tinggi akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan nilai perusahaan artinya bagi pengguna hutang yang tinggi akan menjadi faktor dalam nilai perusahaan. Penggunaan hutang yang efektif dan rasional untuk kebutuhan perusahaan akan menjadi dampak yang baik bagi perusahaan dan akan menghasilkan keuntungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada dugaan hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai B

sebesar 0,000 yang dimana menunjukkan adanya (arah positif) dengan nilai signifikan sebesar 0,970 lebih besar dari 0,05. Sehingga  $H_3$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun dalam pengujian hipotesis bisa dikatakan bahwa ukuran perusahaan dikatakan rendah disebabkan oleh kemungkinan adanya dari para investor yang lebih cenderung memilih pendanaan internal dan juga ukuran perusahaan dianggap tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada dugaan hipotesis keempat yaitu menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai B sebesar -0,008 yang menunjukkan (arah negatif) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,665 > 0,05$ . Sehingga  $H_4$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besarnya pertumbuhan penjualan maka akan semakin besar pula biaya-biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dan meningkatnya pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan meningkatnya laba Perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan, sehingga dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan Perusahaan lebih banyak menggunakan kredit dalam membiayai kegiatan-kegiatan Perusahaan yang akan memperoleh nilai return on equity yang tinggi ketimbang menggunakan volume penjualan, struktur modal dan struktur utang. (2) Leverage berpengaruh terhadap nilai Perusahaan, hal menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai DER suatu perusahaan, maka menjadikan perusahaan semakin baik. Jika perusahaan dapat mengatur kombinasi antara hutang dengan ekuitas, maka perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. (3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa ukuran perusahaan dikatakan rendah disebabkan oleh kemungkinan adanya dari para investor yang lebih cenderung memilih pendanaan internal dan memiliki kinerja keuangan yang baik. (4) Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan dikarenakan semakin besarnya pertumbuhan penjualan maka akan semakin besar pula biaya-biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dan meningkatnya pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan meningkatnya laba Perusahaan.

### **Keterbatasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu: 1) Perusahaan yang dipilih hanya perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga tidak dapat menjadi pedoman gambaran nilai perusahaan secara menyeluruh; 2) variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas, yaitu empat variabel profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Variabel dependen juga terbatas hanya satu yaitu nilai perusahaan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti sehingga dapat memberi saran bagi peneliti selanjutnya yaitu, sebagai berikut: 1) Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel independen dan satu variabel dependen sehingga masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mungkin memiliki pengaruh yang signifikan yang tidak terdeteksi namun belum bisa ditemukan dalam penelitian ini sehingga peneliti lainya dapat menemukan faktor lain

dalam penelitian ini; 2) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga sampel yang digunakan kurang mencukupi, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan perusahaan yang listing di BEI, agar hasil penelitian menjadi lebih *representative*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Andiarto. 2013. Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di BEI Periode 2009-2012. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Arifianto, M. dan Chabachib, M. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Management* 5(1): 1-12.
- Brigham, Eugene F dan Houston, Joel F. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* buku 1. (Alih Bahasa : Ali Akbar Yulianto). Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* buku 2. (Alih Bahasa : Ali Akbar Yulianto). Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* Terjemahan. Edisi 10. Salemba Empat. Jakarta.
- Cecilia, Syahrul Rambe, M. Zainul Bahri Torong. 2015. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia dan Singapura. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) 18 Universitas Sumatera Utara*, Medan 16-19 September 2015.
- Elva Nuraini. 2012. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 51-70.
- Fahmi, I. 2014. *Analisa Kinerja Keuangan: Cetakan ketiga*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiyanti, Nia. 2012. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size Dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2010).
- Hermuningsih, Sri. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Edisi Oktober 2013.
- Isti'adah, Ummi. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Nominal*, 4(2), 57-72.
- Jayanti, F. D. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 3(2), 34-44.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. PT Rajagrafindo Persada. Depok.
- Kusumaningtyas, T. K. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Sri-Kehati. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 4(7).
- Pantow. 2015. Analisis Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset dan Struktur modal, Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA*, 3(1), 961-971. ISSN 2303-1174
- Prasetyorini, Bhukti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio

- Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1.1: 183-196.
- Putri N. W. K. A. dan N. K. L. A. Merkusiwati. 2014. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan pada Financial Distress. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7(1):93-106.
- Riny. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 8(2).
- Saswani, A., Suriyanti. dan Chalid, L. 2022. Pengaruh EPS, DER, Dan ROA Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sector Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Center Of Economic Student Journal* 5(1)
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung.
- Sukma Mindra, Teguh Erawati. 2014. Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). *Jurnal Akuntansi*. 2(2), 10-22.
- Widnyana, I. W., Wijana, I. M. D., dan Almuntasir, A. 2021. Financial Capital, Constraints, Partners and Performance: an Empirical Analysis of Indonesia SMEs. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 210-235.
- Yuliana, I. 2021. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi. *SIKAP*, 5(2), 137-143.