

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, HUTANG, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE*

Rifky Akbar Fidrianto

rifakbr@gmail.com

Bambang Hadi Santoso

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

In this nowadays era, there are many kinds of developing companies, one of them is Food and Beverage companies. Furthermore, one of the company's goals is to maximize profit with the existing resources. Increasing the value of the company is directed at the decision-making strategy that will be used in the selection of investment funds in the company. Therefore, this study aimed to examine the effect of firm size, leverage, and profitability on the firm value of Food and Beverage companies. The study used the causal-comparative method, and the study sample collection technique used a purposive sampling technique. In line with that, there were 11 samples from 18 food and beverage companies. In addition, the study result concluded as follows: (1) firm size had a positive and significant effect on the firm value of food and beverage companies. (2) leverage had a positive and significant effect on the firm value of food and beverage companies. (3) profitability had a positive and significant effect on the firm value of food and beverage companies.

Keywords: firm size, debt, profitability, firm value

ABSTRAK

Di era sekarang ini mulai banyak perusahaan yang sedang berkembang, salah satunya perusahaan *food and beverage*. Selain itu, salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba sebesar-besarnya dengan sumber daya yang ada. Peningkatan nilai perusahaan diarahkan pada strategi pengambilan keputusan yang akan digunakan dalam pemilihan dana investasi pada perusahaan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan *food and beverage*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal komparatif, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan didapat sampel sebanyak 11 perusahaan *food and beverage* dari 18 perusahaan. Hasil penelitian pada perusahaan *food and beverage* menunjukkan sebagai berikut; (1) ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage*, (2) *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage*, (3) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage*.

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

PENDAHULUAN

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang mengelola bahan mentah ataupun bahan setengah jadi. Bahan tersebut dilakukan proses tertentu sehingga menjadi bahan jadi yang mempunyai nilai tinggi. Banyak perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan banyak perusahaan tersebut menciptakan persaingan antar perusahaan *Food and beverage* yang mengharuskan perusahaan tersebut meningkatkan kinerjanya agar dapat tercapai tujuan perusahaan.

Tujuan dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba sebesar-besarnya dengan sumber daya yang ada. Peningkatan nilai perusahaan diarahkan pada strategi pengambilan keputusan yang akan digunakan dalam pemilihan dana investasi pada perusahaan. Dengan adanya dana yang digunakan dalam membiayai investasi perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap kinerja suatu perusahaan dan juga kualitas produk atau jasa yang dihasilkan dengan baik para konsumen, sehingga dengan begitu nilai perusahaan akan naik

Karena penjualan yang terus meningkat berkat konsumen puas dengan hasil dari produk atau jasa perusahaan.

Menurut Husnan (2014:7) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain; ukuran perusahaan, hutang, dan profitabilitas.

Menurut Riyanto (2011:243) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula sumber daya yang dibutuhkan dalam memproduksi barang atau jasa. Dan hal tersebut dapat mempengaruhi proporsi penjualan perusahaan.

Menurut Fahmi (2014:160) menyatakan bahwa hutang merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang bersumber dari dana eksternal baik yang berasal dari sumber pinjaman, perbankan, *leasing*, penjualan obligasi, dan sejenisnya. Sedangkan profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Indikator perusahaan dalam mengukur besar kecilnya keuntungan yang didapat dari hasil penjualan atau investasi. Beberapa penelitian terkait dengan ukuran perusahaan, *leverage* (hutang), profitabilitas dan nilai perusahaan yang menggunakan beberapa variabel pengukuran untuk menilai suatu perusahaan. Suwardika *et al* (2017) menyatakan bahwa *leverage* (hutang) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Veronica (2015) menyatakan DER secara parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. ROE secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Khumairoh *et al* (2015) menyatakan bahwa *leverage* (hutang) secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan., ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Menurut Indriyani (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berbanding lurus terhadap nilai perusahaan. Serta hasil penelitian Widiastari *et al* (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan dalam penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut; (1) apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?, (2) apakah terdapat pengaruh hutang terhadap nilai perusahaan?, (3) apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan? Sedangkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut; (1) untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, (2) untuk mengetahui pengaruh hutang terhadap nilai perusahaan, (3) untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN TEORITIS

Ukuran Perusahaan

Riyanto (2011:243) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan. Seftiane (2011) dalam Khumairoh *et al* (2015:73) penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aktiva.

Hutang (*leverage*)

Menurut Fahmi (2014:160) menyatakan bahwa hutang merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang bersumber dari dana eksternal baik yang berasal dari sumber pinjaman, perbankan, leasing, penjualan obligasi dan sejenisnya.

Profitabilitas

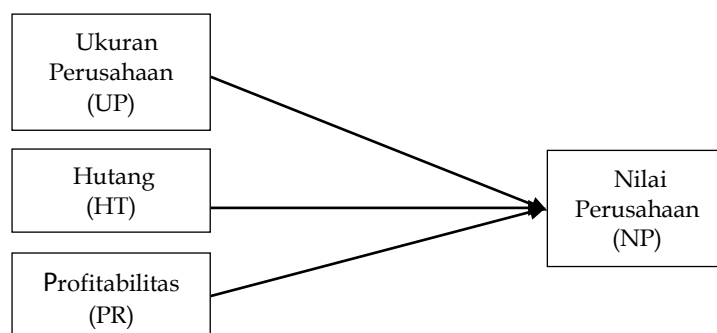
Profitabilitas mempunyai pengaruh yang besar pada nilai perusahaan. Harjito dan Martono (2014) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2014:7) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Wijaya dan Panji (2015) dalam Suwardika *et al* (2017:1249) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan.

Rerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah konsep yang menunjukkan tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di independennya sebagai masalah yang penting.



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Riyanto (2011:243) menyatakan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki akses yang lebih besar ke sumber daya seperti modal, tenaga kerja, teknologi, dan pasar yang lebih luas. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mampu untuk mengurangi risiko bisnis melalui diversifikasi portofolio produk atau layanan yang mereka tawarkan.

H₁: *Ukuran Perusahaan* (UP) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada *Food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019.

Pengaruh Hutang Terhadap Nilai Perusahaan

Fahmi (2014:160) hutang merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang bersumber dari dana eksternal baik yang berasal dari sumber pinjaman, perbankan, *leasing*, penjualan obligasi, dan sejenisnya. Hutang dianggap dapat mempengaruhi nilai

suatu perusahaan. Sebab hutang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Disisi lain hutang dapat berdampak negatif jika perusahaan mempunyai hutang yang tinggi maka akan berpengaruh pada pandangan investor pada perusahaan.

H₂: Hutang (HT) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola laba perusahaan untuk digunakan dalam mengelola sumber daya. Fahmi (2014:106) menyatakan bahwa profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan mampu investasi. Indikator perusahaan dalam mengukur besar kecilnya keuntungan yang didapat dari penjualan atau investasi.

H₃: *Profitabilitas* (PR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kausal komparatif. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan kriteria; (1) perusahaan makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap periode tahun 2015-2019, (2) perusahaan makanan dan minuman yang memiliki laba periode tahun 2015-2019. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan *food And beverage*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian adalah dokumentasi yang merupakan teknik pengumpulan data laporan keuangan perusahaan *Food and beverage* yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya. Data merupakan laporan keuangan perusahaan *food and beverage* pada tahun 2015-2019.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Ukuran Perusahaan (UP)

Ukuran perusahaan merupakan besarnya perusahaan *Food and beverage* yang diukur dengan total aktiva yang dilogaritmakan. Ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Log Total Aset Perusahaan

Hutang (HT)

DER (*Debt to Equity Ratio*) merupakan salah satu indikator yang digunakan perusahaan *Food and beverage* dalam memenuhi pembayaran semua utang-utangnya. Perhitungan dari *total Debt to Equity ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Profitabilitas (PR)

Return on equity (ROE) adalah kemampuan perusahaan *Food and beverage* dalam membagi laba bagi para investor atau pemegang saham. Perhitungan *Return on equity* (ROE) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Variabel Dependen (Y)**Nilai Perusahaan (Y)**

Untuk mengukur nilai perusahaan *food and beverage* menggunakan *price to book value* (PBV). PBV ukuran yang memiliki fungsi untuk melihat apakah saham di suatu perusahaan dapat dikatakan mahal atau murah. Nilai perusahaan *price to book value* (PBV) sendiri didapat dari pembagian harga perlembar saham perusahaan dengan nilai buku atau *book value*. Rumus untuk mencari nilai *price to book value* seperti di bawah ini:

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Lembar Saham}}$$

Teknik Analisis Data**Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi adalah kajian tentang hubungan variabel terikat (*dependent*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*Independen*). Analisis ini bertujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel dependen dari hasil variabel independen yang diketahui. Rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, adalah:

$$NP = \alpha + b_1 \text{SIZE} + b_2 \text{DER} + b_3 \text{ROE} + e$$

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini dilakukan sebelum data ini diolah peneteksian normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Residual dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikan Kolmogorov-Smirnov > 0,05.

Uji Multikolonieritas (*Multicollinearity Test*)

Menurut Ghozali (2012:105) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai VIF < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

Uji Autokorelasi (*Autocorrelation Test*)

Menurut Ghozali (2012:110) Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi linier yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari hasil perhitungan uji *Durbin-Watson* (DW Test).

Uji Heteroskedastisitas (*Heteroskedasticity Test*)

Menurut Ghozali (2012:139) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika tidak berbeda disebut heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara yang dilakukan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut; (1) $H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, (2) $H_0 : \beta \neq 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Pengujian hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut; (1) $H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, (2) $H_0 : \beta \neq 0$, berarti ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Perusahaan dalam sector *Food and beverage* yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sector *Food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 sebanyak 11 perusahaan.

Regresi Linear Berganda

Dari hasil penelitian ini maka di dapat nilai regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6,976	4,573		1,525	0,037		
Ukuran Perusahaan	0,348	0,152	0,392	2,474	0,012	0,572	1,747
Hutang	1,246	0,518	0,338	2,406	0,024	0,730	1,371
Profitabilitas	1,215	1,081	0,161	0,956	0,384	0,509	1,963

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

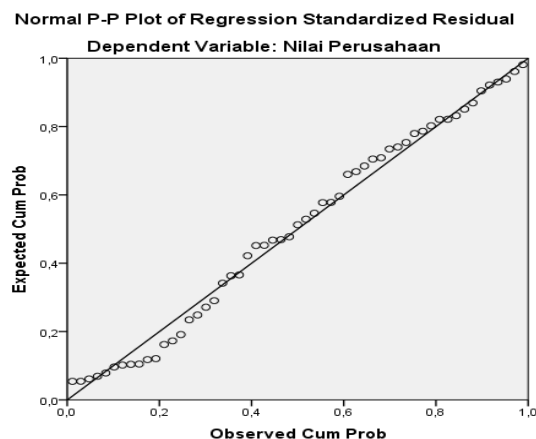
Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Dari hasil tabel 1 di dapatkan model:

$$NP=6,976+0,348 UP+1,246 DER + 1,215 ROE + e$$

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji Normalitas, berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ada variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk bisa mengetahui data tersebut berdistribusi normal, bisa diuji dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* serta bisa melihat di penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik pengujian normalitas. Pada Gambar 2 merupakan hasil dari output grafik Normal P-Plot setelah dilakukan outlier dengan menggunakan program SPSS 26.



Gambar 2
Uji Normalitas
Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Pada Gambar 2 grafik normal probability plot terlihat penyebaran data (titik) di sekitar garis diagonal dan arah tersebut mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan sumbu Y (*Expected Cum Prob*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob*). Sehingga data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Selain menggunakan grafik normal probability plot untuk melakukan uji normalitas juga dapat menggunakan metode statistik yaitu metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dilakukannya Uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima (data berdistribusi normal), jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak (data tidak berdistribusi normal). Pada hasil uji normalitas metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,67561064
Most Extreme Differences	Absolute	0,086
	Positive	0,086
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,086
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 2022

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Asymp. Sig. (2- tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian sudah sama dengan ketentuan yang sudah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berdistribusi normal dan layak untuk digunakan dalam penelitian

Uji Multikolonieritas (*Multicollinearity Test*)

Dari hasil penelitian ini pada uji multikolonieritas maka dapat dilihat nilai $VIF < 10$ dengan nilai dan nilai tolerance < 1 maka pada penelitian ini adalah tidak terjadi multikolonieritas

Uji Autokorelasi (*Autocorrelation Test*)

Tabel 3
Uji Autokorelasi

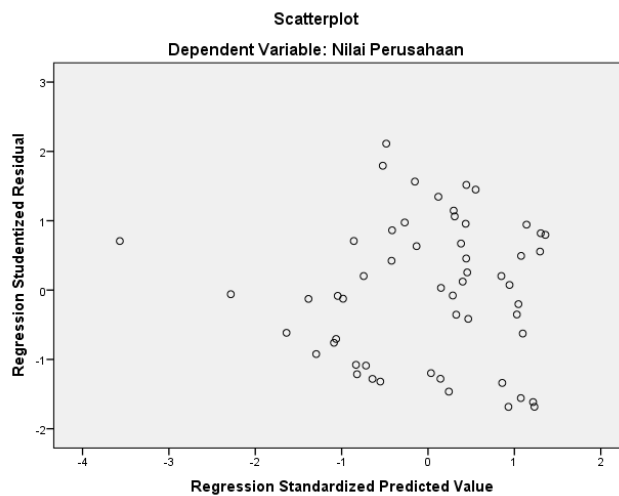
Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,566 ^a	0,320	0,223		1,72419	1,734

^a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Hutang, Ukuran Perusahaan
^b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa angka nilai Durbin-Watson (DW) pada tabel 3 yaitu sebesar 1,743. Berdasarkan tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan jumlah variabel independen sebanyak 5 ($k=5$) dengan jumlah sampel sebanyak 55 ($n=45$). Nilai $dL = 1,3575$ dan nilai $dU = 1,6617$ sehingga $4 - dU = 4 - 1,6617 = 2,3383$. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,743 lebih besar dari batas atas (dU) sebesar 1,6617 dan kurang dari $4 - dU$ sebesar 2,3383 memiliki arti bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi

Uji Heteroskedastisitas (*Heteroskedasticity Test*)



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Pada Gambar 3 dapat diketahui bahwa varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditujukan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual, titik-titik menyebar diatas dan

dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa pada persamaan regresi berganda tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model Koefisien Determinasi

Tabel 4
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,566 ^a	0,320	0,223		1,72419	1,734

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Hutang , Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Hasil koefisien determinasi persamaan pertama dapat dilihat pada R Square sebesar 0,320. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal mampu menjelaskan nilai 32 % Sementara untuk 68% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti atau diluar model. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan ketiga variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih terbatas.

Uji f

Tabel 5
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,872	3	18,291	6,153	,001 ^b
	Residual	151,614	51	2,973		
	Total	206,486	54			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Hutang , Ukuran Perusahaan

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Hasil uji F pada tabel 5 diatas menunjukkan, pengujian signifikansi simultan nilai-F sebesar 6,153 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yang berarti bahwa variabel ukuran perusahaan, likuiditas dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 6
Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,976	4,573		1,525	0,037		
	Ukuran Perusahaan	0,348	0,152	0,392	2,474	0,012	0,572	1,747
	Hutang	1,246	0,518	0,338	2,406	0,024	0,730	1,371
	Profitabilitas	1,215	1,081	0,161	0,956	0,384	0,509	1,963

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel 6 di atas hasil uji signifikansi individual (uji t) untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan hasil pengujian hipotesis antara lain; (1) berdasarkan pada tabel 6 variabel Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel *price book value*, maka hipotesis 1 dapat diterima, (2) berdasarkan pada tabel 6 variabel hutang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,024 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel leverage terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel *price book value*, maka hipotesis 2 diterima, (3) berdasarkan pada tabel 6 variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,384 artinya lebih besar dari 0,05, maka variabel profitabilitas terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *price book value*.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan, total penjualan rata-rata penjualan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat digunakan investor untuk menilai seberapa besar perusahaan tersebut sebelum menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin besar Ukuran perusahaan itu dapat menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi. Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh nilai t sebesar 2,474 menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, karena nilainya melebihi nilai ambang batas t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 (nilai t tabel sebesar 2,048). Selain itu, hasil probabilitas signifikansi sebesar 0,012 menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan rendah (signifikan secara statistik) bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Indriyani (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki potensi untuk mempengaruhi nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki akses ke lebih banyak sumber daya dan memiliki reputasi yang lebih baik di pasar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar juga kemungkinannya untuk memiliki sumber daya yang lebih banyak dan beragam, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan pertumbuhan yang lebih tinggi. Ketika ukuran perusahaan meningkat, perusahaan dapat memiliki akses yang lebih mudah ke modal dan sumber daya yang lebih besar untuk melakukan investasi dan pengembangan produk baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Hal ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemampuannya untuk menarik investor dan memperoleh dana melalui pasar saham. Hal ini dapat menghasilkan kenaikan nilai pasar perusahaan, yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Hutang terhadap Nilai Perusahaan

Hutang merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang bersumber dari dana eksternal baik yang berasal dari sumber pinjaman, perbankan, *leasing*, penjualan obligasi, dan sejenisnya, Fahmi (2014:160). Dalam penelitian ini pengukuran hutang menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio keuangan yang mengukur proporsi utang perusahaan dibandingkan dengan ekuitasnya. Rasio ini dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasinya dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri atau ekuitas. Pengaruh DER terhadap

nilai perusahaan dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi pasar yang ada. Dalam beberapa kasus, penggunaan utang dapat membantu meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan potensi pertumbuhan dan pengembangan perusahaan. Namun, penggunaan utang juga dapat menimbulkan risiko yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh nilai t sebesar 2,406 dan hasil probabilitas signifikan sebesar 0,024 berarti signifikan. Hasil analisis regresi linier berganda ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen DER dan variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai t sebesar 2,406 menunjukkan bahwa variabel DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil probabilitas signifikan sebesar 0,024 menunjukkan bahwa kemungkinan hasil yang diperoleh tersebut muncul secara kebetulan sangat kecil, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel DER terhadap nilai perusahaan adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan Food and Beverage yang memiliki DER yang lebih rendah cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, sementara perusahaan yang memiliki DER yang lebih tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah. Oleh karena itu, pengelolaan rasio DER menjadi hal yang penting untuk meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suwardika *et al* (2017), Khumairoh *et al* (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya yang ada pada perusahaan tersebut. Profitabilitas yang tinggi dapat menggambarkan prospek perusahaan yang semakin membaik hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan juga meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini pengukuran profitabilitas menggunakan *Return on Equity* (ROE) yaitu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang diperoleh dari modal sendiri yang diinvestasikan dalam perusahaan. Semakin tinggi ROE suatu perusahaan, semakin efisien modal sendiri digunakan untuk menghasilkan laba, dan semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh nilai t sebesar 0,956 dan profitabilitas signifikannya sebesar 0,384 yang berarti signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel ROE berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh ROE karena ROE mencerminkan seberapa besar keuntungan yang dihasilkan perusahaan setelah dikurangi biaya modal yang digunakan. Semakin tinggi ROE, semakin besar keuntungan perusahaan dibandingkan biaya modalnya, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suwardika *et al* (2017), Veronika (2015), Widiastari dan Gerianta (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan penelitian Ukuran Perusahaan, Hutang (*leverage*), Dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dapat disimpulkan bahwa; (1) Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), (2) variabel hutang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Food End Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), (3) variabel profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan *Food End Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya; (1) kesulitan mendapatkan rasio-rasio secara lengkap. Karena tidak ada lagi *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD), (2) terdapat data tentang kinerja keuangan yang tidak diindikasikan oleh *Indonesia Capital Market Directory* (ICMB).

Saran

Saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian, kesimpulan dan keterbatasan yang telah dikemukakan diatas diharapkan bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan variabel-variabel , jumlah sampel, serta periode lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. 2014. *Manajemen Perusahaan Keuangan Dan Pasar Modal*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 20*. BPFE Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harjito, A. dan Mortono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Edisi kedua. Ekonisia. Yogyakarta.
- Husnan, S. 2014. *Manajemen Keuangan Teori Dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Indriyani, E. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilias Terhadap Nilai Perusahaan*. 2461-1190.
- Khumairoh. Nawang, K. Mulyati, H. 2015. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 2460-0784.
- Martono, A. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Suwardika, I.N. dan A. Mustanda. 2017. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Pertumbuhan, Pertumbuhan Perusahan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan* 6(3):2302-8912.
- Riyanto, B. 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan*. Edisi Keempat. YBPFE UGM. Yogyakarta.
- Widiastari, P.A. dan W.Y. Gerianta. 2018. *Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 23(2):957-981
- Veronica, A. (2015). *The influence of leverage and its size on the earnings management*. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(8).