

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI

Ameliana Putri¹, Carolyn Lukita^{2*}, Devi Astriani³

^{1,2,3} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang,

Jl. HS Ronggo waluyo, 41630

*carolyn@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian: Setiap perusahaan memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan kinerjanya dengan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham dan pemilik melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan fokus utama agar dapat menarik minat investor dan calon investor untuk berinvestasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ROA, DER dan ukuran perusahaan terhadap PBV

Desain/metode/pendekatan: Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yaitu berjumlah 63 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, maka diperoleh sampel sebanyak 27 perusahaan selama periode pengamatan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS statistics versi 26. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ROA, DER dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah PBV.

Hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA, DER dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV dan secara simultan ROA, DER dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Kontribusi teori: Hasil penelitian ini sejalan dengan Ranti (2022), Pramudia & Fuadati (2020) dan Nugraha (2020) yang menyatakan bahwa hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para investor untuk mengambil keputusan dalam menanamkan modalnya

Kontribusi praktik/kebijakan: Berdasarkan hasil penelitian, apabila perusahaan sektor industri barang konsumsi menginginkan nilai perusahaannya meningkat maka perusahaan perlu meningkatkan ukuran perusahaan agar dapat menarik minat investor dalam menanamkan modal dan berinvestasi. Selain itu, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan profitabilitas untuk menghindari hutang yang berlebihan serta resiko gagal bayar dengan memperoleh laba berdasarkan modal saham yang dimiliki.

Keterbatasan: Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terdapat sejumlah data yg dikeluarkan dari pengujian, penelitian ini melakukan *outlier* data karena memiliki data yang ekstrem. Data yang di *outlier* sebanyak 60 data sehingga tersisa 75 data.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pada dunia usaha terjadi karena adanya pengaruh dinamika ekonomi, sosial budaya dan teknologi. Persaingan yang ketat antar perusahaan dalam bidang perindustrian terjadi karena kondisi perekonomian yang lemah. Persaingan antar perusahaan tersebut akan membuat perusahaan lebih meningkatkan kinerjanya, agar tujuan yang diinginkan tercapai (Andriani & Panglipurningrum, 2020). Nilai perusahaan merupakan cerminan keadaan suatu perusahaan saat ini dan dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, selain itu nilai perusahaan akan dianggap mampu dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan (Putra *et al*, 2021). Peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang dapat mencerminkan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, oleh karena itu nilai perusahaan merupakan suatu yang sangat penting bagi perusahaan.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini di proksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV yaitu metode yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, PBV merupakan rasio perbandingan antara harga saham dengan harga buku. PBV berarti dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu perusahaan, PBV juga dapat menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan relatif dengan jumlah modal yang diinvestasikan. Jika rasio PBV semakin tinggi itu menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi para pemegang saham (Pasaribu *et al*, 2019). Perusahaan yang bertumbuh dengan baik maka dapat dinilai dari harga pasar sahamnya, dengan tingginya harga saham dapat menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi pula (Hery, 2017:7). Berdasarkan nilai rata-rata nilai perusahaan periode 2016-2020 menunjukkan setiap tahunnya mengalami fluktuasi akan tetapi cenderung mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena penurunan nilai perusahaan akan diikuti dengan penurunan harga saham yang dapat mencerminkan penurunan kemakmuran para pemegang saham. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh tidak baik maka dapat dilihat dari harga pasar sahamnya (Indrarini, 2019:2).

KAJIAN LITERATUR

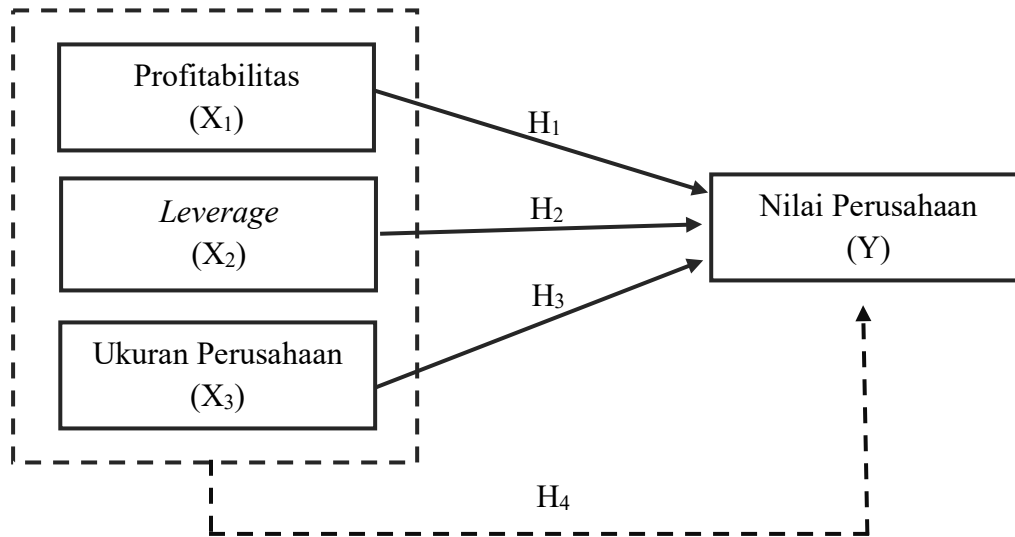
Signalling Theory

Signalling theory pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa

informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor) (Mariani *et al*, 2018).

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Gambar diolah peneliti (2022)

Keterangan:

→ : Pengaruh variabel X secara parsial terhadap Y

- - - - - : Pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y

X₁, X₂, X₃ : Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan

Y : Nilai Perusahaan

H₁, H₂, H₃ : Pengaruh variabel secara parsial X₁, X₂, X₃ dengan variabel Y

H₄ : Pengaruh variabel secara simultan X₁, X₂ dan X₃ dengan variabel Y

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham, sehingga dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut merupakan sinyal yang baik karena menggambarkan kondisi perusahaan

yang baik. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Ranti, 2022), (Pramudia, 2020).

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage diartikan sebagai evaluasi dari risiko yang melekat pada perusahaan. Artinya, apabila nilai *leverage* tinggi menandakan bahwa perusahaan tidak *solvable* karena total utang lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Apabila perusahaan memiliki aset yang tinggi namun risiko *leverage* juga tinggi, maka investor akan berfikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang jelek. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha, 2020), (Kurniawati, 2018).

H₂ : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang dinilai dari total aset perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik, sehingga memudahkan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal positif pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang besar dan investor cenderung lebih banyak menaruh perhatian pada perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang besar. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut merupakan sinyal yang baik karena menggambarkan kondisi perusahaan yang baik. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Pramudia, 2020), (Kurniawati, 2018).

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan prospek perusahaan yang baik, sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Apabila permintaan saham meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Tingginya nilai *leverage* suatu perusahaan, akan membuat investor berhati-hati dalam mempertimbangkan investasi sehingga nilai

perusahaan rendah. Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang dinilai dari total aset perusahaan, ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Hal ini sesuai dengan signalling theory yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karena mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. Sebaliknya jika laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang jelek. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Ranti, 2022), (Pramudia, 2020), (Nugraha, 2020), (Kurniawati, 2018).

H₄ : Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari *website* resmi BEI. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Penelitian ini, untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangannya selama periode 2016-2020 (3) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menyediakan informasi lengkap terkait *close price* selama periode 2016-2020. Berdasarkan kriteria, pada penelitian ini diperoleh jumlah sampel sebanyak 27 perusahaan.

Definisi Operasional variabel dan Pengukuran Variabel

Berikut ini merupakan ringkasan dari definisi operasional dan pengukuran variabel:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	<i>Price to book value</i> merupakan perbandingan antar harga saham dengan nilai buku perusahaan.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	Rasio
Profitabilitas (X _i)	Rasio profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu.	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$	Rasio

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Leverage (X ₂)	<i>Leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.	<i>Debt to Equity Ratio</i> $= \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X ₃)	Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan.	<i>Ukuran Perusahaan (Size)</i> $= \ln(\text{Total Assets})$	Rasio

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), uji multikolinearitas dilihat dari nilai VIF dan *tolerance*, uji heteroskedastisitas dilihat dari grafik *scatterplot* dan uji *glejser*. Analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$. Analisis koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis secara parsial (uji-t) dan uji hipotesis simultan (uji-F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi terdistribusi normal dan uji asumsi klasik pada penelitian ini terpenuhi. Uji multikolinearitas menunjukkan hasil bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Uji autokorelasi menunjukkan hasil bahwa nilai statistik *D-W* (1,920) berada diantara nilai *dU* (1,7092) dan $4-dU$ (2,2908) yang menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif dan negatif. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik menyebar secara acak dan untuk uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* memperlihatkan semua variabel mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas (%)	75	0,050	16,902	8,151	4,573
Leverage (%)	75	8,330	107,908	53,178	29,276
Ukuran Perusahaan (Ln)	75	25,842	30,995	28,535	1,250
Nilai Perusahaan (X)	75	0,295	6,857	2,430	1,724
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data Output spss (2022)

Berdasarkan analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel pertama nilai minimum profitabilitas sebesar 0,050% dengan perusahaan yang mempunyai nilai profitabilitas terendah terjadi pada PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) pada tahun 2019 dan PT. Chitose Internasional Tbk (CINT) pada tahun 2020. Sedangkan untuk nilai maksimum profitabilitas sebesar 16,902% dengan perusahaan yang mempunyai nilai profitabilitas tertinggi terjadi pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2017. Dari hasil keseluruhan bahwa nilai profitabilitas mempunyai nilai rata-rata atau *mean* sebesar 8,15%1 dengan nilai standar deviasi sebesar 4,573%. Variabel kedua menunjukkan bahwa nilai minimum *leverage* sebesar 8,330% dengan perusahaan yang mempunyai nilai *leverage* terendah terjadi pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2016. Sedangkan untuk nilai maksimum *leverage* dihasilkan sebesar 107,908% dengan perusahaan yang mempunyai nilai *leverage* tinggi terjadi pada PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) pada tahun 2019. Dari hasil keseluruhan data *leverage* mempunyai nilai rata-rata atau *mean* sebesar 53,178% dengan standar deviasi sebesar 29,276%.

Variabel ketiga menunjukkan bahwa nilai minimum ukuran perusahaan sebesar 25,842 dengan perusahaan yang mempunyai nilai ukuran perusahaan terendah terjadi pada PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) pada tahun 2016. Sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 30,995 dengan perusahaan yang mempunyai nilai ukuran perusahaan tertinggi terjadi pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) pada tahun 2016. Dari hasil keseluruhan tersebut nilai ukuran perusahaan mempunyai nilai rata-rata atau *mean* sebesar 28,535 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,250. Variabel keempat menunjukkan bahwa nilai minimum nilai perusahaan sebesar 0,295 kali dengan perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan terendah terjadi pada PT. Wismilak Inti Makmur (WIIM) pada tahun 2018. Sedangkan untuk nilai maksimum profitabilitas sebesar 6,857 kali dengan perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan tertinggi terjadi pada PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2018. Dari hasil

keseluruhan bahwa nilai profitabilitas mempunyai nilai rata-rata atau *mean* sebesar 2,430 kali dengan nilai standar deviasi sebesar 1,724 kali.

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	Sig.
(Constant)	-18,229	0,000
Profitabilitas	0,165	0,000
Leverage	0,024	0,000
Ukuran Perusahaan	0,633	0,000

Sumber: Data output spss (2022)

Tabel di atas menunjukkan persamaan regresi linear berganda seperti berikut ini:

$$Y = -18,229 + 0,165X_1 + 0,024X_2 + 0,633X_3$$

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi	
R Square	Adjusted R Square
0,629	0,614

Sumber: Data output spss (2022)

Tabel di atas menunjukkan nilai *adjusted R square* pada variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 61,4% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 5. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Model	Sig.
(Constant)	0,000
Profitabilitas	0,000
Leverage	0,000
Ukuran Perusahaan	0,000

Sumber: Data output spss (2022)

Uji statistik t terhadap variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, sesuai kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1, H_2, H_3 **diterima**.

Tabel 6. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Model	Sig.
Regression	0,000

Sumber: Data output spss (2022)

Uji hipotesis simultan (uji-F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan **H_4 diterima**.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 artinya hipotesis pertama diterima. Pengaruh positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, apabila nilai profitabilitas yang dimiliki perusahaan tinggi maka besar kemungkinan perusahaan dibiayai oleh hutang kecil. Semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan, maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut merupakan sinyal yang baik karena menggambarkan kondisi perusahaan yang baik. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ranti (2022) dan Pramudia (2020) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 artinya hipotesis kedua diterima. Pengaruh positif dari *leverage* terhadap nilai perusahaan menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* maka hutang yang dimiliki oleh perusahaan semakin meningkat dan nilai perusahaan juga meningkat dan hal ini terjadi pada PT Mayora Indah Tbk tahun 2018. Namun hal tersebut bukan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan, karena investor berharap bahwa berinvestasi untuk mendapatkan keuntungan. Jadi dalam hal ini kemungkinan investor hanya melihat keuntungan yang diperoleh tanpa melihat besar kecilnya hutang. Hal ini sesuai dengan

signalling theory yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut merupakan sinyal yang baik karena menggambarkan kondisi perusahaan yang baik. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ranti (2022) dan Nugraha (2020) menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Himawan (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 artinya hipotesis ketiga diterima. Hasil tersebut menggambarkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan semakin tinggi karena semakin mudah memperoleh dana dari luar perusahaan. Perusahaan yang besar akan mudah mendapatkan dana baik secara internal maupun eksternal. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut merupakan sinyal yang baik karena menggambarkan kondisi perusahaan yang baik. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pramudia (2020) dan Kurniawati (2018) yang menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis keempat secara simulta (uji-F) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 artinya hipotesis keempat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ranti (2022), Pramudia & Fuadati (2020) dan Nugraha (2020) yang menyatakan bahwa hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para investor untuk mengambil keputusan dalam menanamkan modalnya. Variabel profitabilitas *leverage* dan ukuran perusahaan dapat dijadikan acuan dalam menilai atau memprediksi harga

saham, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, untuk variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Hasil penelitian ini, secara simultan menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

Perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang memiliki dampak signifikan kepada nilai perusahaan yang mana dari hasil penelitian ini yang memiliki dampak signifikan adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Calon investor diharapkan dapat memperhatikan ketiga variabel penelitian sebelum menanamkan modalnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat memasukan variabel lain dalam melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, seperti kebijakan dividen, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan variabel lainnya yang sesuai teori dan kajian pustaka.

Penelitian ini melakukan *outlier* data karena memiliki data yang ekstrem. Data yang di *outlier* sebanyak 60 data sehingga tersisa 75 data. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat digunakan, memperhatikan variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. D., & Panglipurningrum, Y. S. (2020). Profitabilitas, Likuiditas dan Rasio Aktivitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018. *Jurnal Buana Akuntansi*, 5(2), 69–84.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo.

- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Periode 2016-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 10(4), 1–20.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo.
- Kurniawati, E. s., Hendra, K., & Nurlaela, S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Politeknik Negeri Malang*, 3(1), 158–174.
- Mariani, D., & S. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 59–78.
- Nugraha, R. A., & Alfarisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 370–377.
- Pramudia, N. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7), 2–19.
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba*, 9(2), 92–100.
- Ranti, M., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 9(1), 12–20.