

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan *Subsector Food and Beverage* Pada BEI

Ahmad Asyroful Haq¹, Mujiyati^{2*}

^{1,2}Program Studi Akuntansi/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

*email: mujiyati@ums.ac.id

ABSTRACT

Keywords:

Profitability;

Liquidity;

Leverage;

Company Size;

Company Value

This study aims to determine the influence of profitability, liquidity, leverage and company size on the value of the company. The approach used in this research is the quantitative approach. The data required in this study is secondary data and data obtained from www.idx.go.id sites and company financial reports. The technique in determining samples using purposive sampling techniques with a sample number of 48 food and beverage subsector companies in 2018-2020. Data analysis techniques use multiple linear regression analysis using spss program version 26. The results obtained show that profitability and leverage have a significant effect on the value of the company, while the liquidity and size of the company have no significant effect on the value of the company.

ABSTRAK

Kata kunci :

Profitabilitas,

likuiditas,

leverage,

ukuran

perusahaan,

nilai

perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data yang diperlukan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dan data diperoleh dari situs www.idx.co.id dan laporan keuangan perusahaan. Teknik dalam penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel 48 perusahaan subsektor *food and beverage* tahun 2018-2020. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya nilai perusahaan merupakan sebuah konsep yang sangat penting untuk para investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk mengukur perusahaan secara keseluruhan (Cecilia & Torong, 2015). Nilai perusahaan adalah sebuah gambaran investor yang terdapat pada perusahaan-perusahaan yang selalu berkaitan dengan harga saham (*price earning*). Dalam nilai perusahaan dan harga saham memberikan penilaiannya secara kolektif kepada investor mengenai seberapa baiknya kondisi dari suatu perusahaan, baik dari kapasitas kinerja pada masa sekarang maupun prospek-prospek kedepan yang akan terjadi di masa depan nanti (Sihombing & Supitriyani, 2016). Tingkat nilai perusahaan yang besar dapat mencerminkan harga saham yang tinggi, nilai perusahaan menggambarkan harga yang ingin dibayarkan para investor dalam membeli perlembar saham yang ditawarkan (Maryam & Mus, 2020). Nilai perusahaan merupakan kondisi dimana pertambahan antara ekuitas perusahaan dan hutang perusahaan (Damanik, Siahaan & Susanti, 2017). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan PBV, semakin tinggi nilai PBV suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor dan perusahaan akan dipandang baik untuk mensejahterakan investor (Shanti et al., 2019).

Para investor akan tertarik untuk berinvestasi jika perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Salah satunya investor akan melihat profitabilitas sebagai indikator yang menentukan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan laba yang diperolehnya (Shanti et al., 2019). Semakin tingginya nilai profitabilitas maka akan membuat kinerja perusahaan akan semakin produktif dalam mendapatkan keuntungan (Simanjuntak et al., 2019). Likuiditas adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya secara tepat waktu (Akbar & Fahmi, 2020; Uli, Ichwanudin & Suryani, 2020). Likuiditas memiliki tiga pengukuran, yaitu *acid test ratio* atau *quick ratio*, *cash ratio*, *current ratio* (Sudana, 2015). Indikator likuiditas dalam penelitian ini menggunakan *current ratio* yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini artinya semakin likuid perusahaan tersebut.

Leverage merupakan indikator untuk mengukur kinerja dari perusahaan. Tujuannya adalah untuk menilai jumlah aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang (Andriani & Rudianto, 2019). Salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan adalah hutang (*leverage*) (Siahaan, Lie & Supitriyani, 2016). *Leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan hasil pengembalian dari pemegang saham, namun dengan tingkat resiko yang akan menyebabkan meningkatnya tingkat kerugian dari perusahaan. Ukuran perusahaan (*Company Size*) menunjukkan skala besarnya aset atau kecilnya aset dalam perusahaan (Bagaskara, Titisari & Dewi 2021). Ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan. Perusahaan dengan ukuran

yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan dari kredit dan akan lebih mudah memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki pendapatan yang besar pula.

Penelitian tentang nilai perusahaan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Seperti hasil penelitian Damanik, Siahaan & Susanti (2017) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, akan tetapi profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Bagaskara, Titisari & Dewi (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Siahaan, Lie & Supitriyani (2016) menyatakan bahwa likuiditas, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian Welly, Susanti & Azwar (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan untuk profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Sihombing & Siregar (2016) yang menunjukkan bahwa likuiditas dan *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka penelitian ini melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadinar & Khuzaini (2019). Perbedaan penelitian ini, pertama menambahkan variabel independen yaitu variabel likuiditas. Alasan menambahkan variabel likuiditas karena dapat membantu memberikan petunjuk tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Kemudian perbedaan kedua, pada penelitian kali ini memilih pada perusahaan manufaktur *food and beverage*, karena ingin meneliti lebih spesifik pada perusahaan tersebut, karena memegang peranan penting sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya perbedaan ketiga pada periode penelitian ini, menggunakan periode tahun 2018-2020.

Teori Keagenan

Teori ini dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) yang mengartikan adanya hubungan keagenan manajemen perusahaan (*agency relationship*), dimana pemegang saham memberikan wewenang kepada manajer sebagai agen untuk mengelola perusahaan atas nama pemegang saham. Akan tetapi, manajer memiliki tujuan pribadi untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Masalah keagenan mulai muncul jika agen mengambil tindakan untuk kepentingan sendiri dibandingkan dengan kepentingan prinsipal. Selain itu, masalah keagenan juga dapat muncul antara pemegang saham dengan direktur atau manajemen, atau antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas (Hamonangan & Hermawan, 2020).

Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa indikator untuk menentukan nilai perusahaan yaitu menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) atau *Price to Book Value* (PBV). *Price to book value* (PBV) merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menciptakan hubungan nilai perusahaan terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi resiko tersebut maka akan semakin berhasil perusahaan mendapatkan nilai untuk pemegang saham. Setelah mengetahui nilai PBV, investor dapat mengidentifikasi saham mana yang harganya *overvalued*, *undervalued*, dan *average* (Maryam & Mus, 2020).

Profitabilitas

Terdapat beberapa indikator dalam menentukan rasio profitabilitas yaitu *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Rasio Return on Equity* (ROE), *Gross Profit Margin*, *Earning Per Share* (EPS), *Return on Investment* (ROI), *Return on Sales Ratio* (ROS). Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas menggunakan proksi untuk mengetahui kapabilitas perusahaan dalam memperoleh profitabilitas (Gusni & Vinelda, 2016). NPM adalah salah satu rasio yang mewakili rasio-rasio lainnya, untuk mengukur tingkat *surplus* perusahaan karena telah memperhitungkan aset dengan penjualan. Semakin tinggi nilai NPM, maka kondisi perusahaan semakin baik. Nilai NPM yang tinggi menggambarkan bahwa laba meningkat dan efisiensi perusahaan tinggi. Hal ini bisa terlihat dari tingkat arus kas dan juga pendapatan perusahaan. Apabila kondisi profitabilitas perusahaan itu baik, maka para investor dan kreditur akan tertarik untuk melihat perkembangan perusahaan yang mampu menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan.

Likuiditas

Perusahaan yang baik ialah perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi agar mampu membayar hutang jangka pendek perusahaan, sehingga perputaran operasional perusahaan tidak tergantung pada hutang (Fahmi, 2017). Semakin besar nilai *current ratio*, maka perusahaan tentunya akan semakin likuid (Sofiatin, 2020). Penelitian ini mengukur likuiditas dengan *current ratio*, karena *current ratio* memiliki kemampuan untuk mengukur sejauh mana akitva lancar dapat menjamin kewajiban - kewajiban lancar, menahan kerugian dan sebagai cadangan dana lancar (Kurniawan dan Suyanto, 2015).

Leverage

Leverage adalah rasio yang membandingkan antara jumlah hutang dengan total modal yang dimiliki oleh perusahaan (Clayman et al., 2012). Kegiatan pembiayaan aset yang dibiayai dengan hutang akan melibatkan resiko, karena hutang akan melibatkan

bunga. Hutang adalah kewajiban pokok yang harus dibayarkan oleh perusahaan sesuai dengan perjanjian yang telah dilakukan. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016), *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut, semakin besar perusahaan menggunakan pembiayaan dengan utang, maka semakin tinggi efektivitas perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan melihat beberapa faktor yaitu berdasarkan tenaga kerja, laba yang diperoleh perusahaan, aktiva perusahaan, dan lain-lain, yang berkorelasi tinggi (Sawir, 2004). Pada dasarnya perusahaan besar akan mengungkapkan kondisi perusahaan secara lebih luas dari pada perusahaan kecil karena perusahaan besar akan cenderung mempertahankan dan mengembangkan kualitas perusahaan agar dipandang baik oleh investor. Perusahaan besar biasanya memiliki tata kelola yang baik, prosedur pengendalian internal yang lebih sistematis dan menggunakan jasa auditor baik internal maupun eksternal yang profesional. Perusahaan besar juga akan memiliki hubungan yang lebih luas dengan berbagai pihak dalam aktivitas operasinya. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan besar kecilnya jumlah penjualan, jumlah aktiva, rata-rata tingkat aktiva, dan rata-rata total penjualan. Menurut Ferri & Jones (1979) dengan besarnya ukuran perusahaan, maka semakin besar aset yang kepemilikan perusahaan. Modal yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun juga semakin tinggi (Pratama & Wiksuana, 2016).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba bersih dari aktivitas perusahaan yang tinggi, yang berarti dalam kegiatan operasional dari perusahaan tersebut mampu beroperasi secara efektif dan efisien. Tingginya rasio profitabilitas yang dimiliki perusahaan akan menarik para pemodal untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin baik. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadinar & Khuzaini (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengurangi hutang jangka pendek. Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban lancar dan sebagai cadangan dana perusahaan untuk

memenuhi kewajiban jangka pendek. penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra & Lestari (2016), Wati & Darmayanti (2013), dan Rahman (2016) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Leverage merupakan rasio yang membandingkan total aset dengan hutang. Apabila seorang investor melihat sebuah perusahaan dengan aset tinggi namun nilai *leverage* juga tinggi, maka investor tersebut akan mempertimbangkan kembali untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadinar & Khuzaini (2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pada dasarnya ukuran perusahaan menunjukkan total asset perusahaan (Welly, Susanti & Azwar, 2019), tingginya nilai perusahaan maka akan membuat semakin besar aktivitas yang bias dijadikan jaminan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan laba perusahaan yang otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Namun pada penelitian ini dikatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan investor membeli saham sebuah perusahaan tidak hanya ditinjau dari seberapa aktivitas perusahaan, namun juga dari sisi laporan keuangan yang baik, nama baik dan kebijakan deviden yang diberikan oleh perusahaan tersebut. penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2014), Pardiyanto (2016), Putra & Lestari (2016), Eko et al. (2014) dan Wahyuni (2013) menyimpulkan hal yang sama, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE

Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yang bersumber perusahaan manufaktur subsector *food and beverage* yang masuk dalam BEI tahun 2018-2020. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur *food and beverage* yang terdaftar di BEI yang sesuai kriteria hasil pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan alat uji menggunakan software SPSS 26. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 data perusahaan, berdasarkan kriteria-kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan diperoleh sampel sejumlah 54 data sedangkan data yang berkontribusi secara normal dalam pengujian terdapat 48 data sampel .

Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Nilai perusahaan

Berdasar pendalaman nilai perusahaan adalah gambaran dimana kondisi tentang seberapa baik perusahaan tersebut, baik dari kinerja saat ini ataupun proyeksi masa kedepan. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan. Jika harga saham mengalami peningkatan, nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja dari perusahaan tersebut (Harmono, 2015). Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan untuk nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan *price book value* (PBV), semakin besar nilai PBV suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dipandang baik dan mendapatkan kepercayaan dari investor. Rasio PBV dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Share Price}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Keterangan :

Price to Book Value (PBV) : Rasio harga terhadap nilai buku

Share price : Harga saham per lembar

Book value per share : Nilai buku per lembar

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan sebagai ukuran penilaian kinerja keuangan perusahaan. Dalam Penelitian yang telah dilakukan oleh Tikawati (2016) dan Munawaroh (2014), telah berhasil membuktikan *net profit margin* (NPM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menyimpulkan bahwa semakin besar NPM, kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Jika perusahaan mampu mempertahankan tingkat risiko bisnisnya atau bahkan mampu menurunkan tingkat risiko bisnisnya, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang didapat. Dengan demikian, semakin tinggi pula nilai perusahaan (Setiawati, 2018). Rumus NPM dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sales}}$$

Keterangan:

<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	: Margin Laba Bersih
<i>Net Income</i>	: Pendapatan Bersih
<i>Net Sales</i>	: Penjualan Bersih

Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam membayar hutang jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2014). Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan untuk likuiditas yaitu *current ratio*, karena *current ratio* memiliki kemampuan untuk mengukur sejauh mana akitva lancar dapat menjamin kewajiban lancar, sebagai penahan kerugian dan sebagai cadangan dana lancar (Uli et al., 2020). Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancar dapat menggunakan *current ratio* dengan membandingkan utang lancar dengan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin besar rasio ini berarti semakin likuid perusahaan. Untuk perusahaan dengan tingkat CR yang rendah sebaiknya menambah aset lancarnya termasuk melakukan kegiatan penjualan yang dapat memberikan kontribusi laba secara tunai maupun berbentuk piutang usaha untuk meningkatkan tingkat likuiditas perusahaan (Damanik, Lie & Astuti, 2018). Rumus CR dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Current Assets (CA)}}{\text{Current Liabilities (CL)}}$$

Keterangan :

<i>Current ratio</i> (CR)	: Rasio lancar
<i>Current Asset</i> (CA)	: Aset lancar
<i>Current Liabilities</i> (CL)	: Liabilitas jangka pendek

Leverage

Leverage adalah indikator untuk mengukur seberapa besar pembiayaan aktivitas perusahaan menggunakan hutang dalam pembelanjaan perusahaan Sudana (2011:20), (Simanjuntak, Siahaan & Inrawan, 2019). *Debt to Equity Ratio* merupakan perbandingan rasio antara yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan membandingkan antara seluruh hutang termasuk hutang lancarnya dengan ekuitas. Rasio hutang terhadap modal berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan hutang dan memeberikan petunjuk umum tentang kelayakan kredit atau risiko keuangan debitur (Kasmir, 2015 dan Rifai, Mardani & Saraswati, 2020). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini :

$$DER = \frac{\text{Debt Total}}{\text{Equity Total}}$$

Keterangan :

Debt to Equity Ratio (DER) : Rasio hutang modal

Debt total : Jumlah liabilitas

Equity total : Jumlah ekuitas

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah variabel yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada besar kecilnya aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva (Ferri & Jones, 1979). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan digambarkan melalui besarnya total aset yang dimiliki perusahaan. Perhitungan untuk variabel ukuran perusahaan pada penelitian ini berdasarkan dari total aset perusahaan. Bentuk transformasi dari total aset perusahaan ini adalah logaritma natural (Ln) (Tarigan, 2011). Sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} \times \text{Total Aset Perusahaan}$$

HASIL

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel, hasil analisis deskriptif disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	48	,34	7,91	2,7987	1,90729
Profitabilitas	48	,00	,38	,0868	,06882
Likuiditas	48	1,00	10,84	2,6707	1,98146
<i>Leverage</i>	48	,13	2,42	,7534	,55226
Ukuran Perusahaan	48	27,34	32,73	29,0320	1,51048
Valid N (listwise)	48				

Sumber: hasil analisis data SPSS 26

Pada hasil analisis deskriptif diketahui bahwa jumlah (N) sebanyak 48 data perusahaan. Nilai perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 0,34, nilai maximum sebesar 7,91, nilai rata-rata (mean) sebesar 2,8210, dan nilai standar deviation sebesar 1,90729. Profitabilitas mempunyai nilai minimum sebesar 0,0004, nilai maximum sebesar 0,38, nilai rata-rata (mean) sebesar 0,0868, dan nilai standar deviation sebesar 0,6882. Likuiditas mempunyai nilai minimum sebesar 1,00, nilai maximum sebesar 10,84, nilai rata-rata (mean) sebesar 2,6707, dan nilai standar deviation sebesar 1,98146. *Leverage* mempunyai nilai minimum sebesar 0,13, nilai maximum sebesar 2,42, nilai

rata-rata (mean) sebesar 0,7543, dan nilai standar deviation sebesar 0,55226. Ukuran perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 27,34, nilai maximum sebesar 32,73, nilai rata-rata (mean) sebesar 29,0320, dan nilai standar deviation sebesar 1,51048.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	N	K-SZ	Tolerance	VIF	Sig.
Normalitas	48	0,115			0,142
Multikolinieritas	48				
Profitabilitas			0,726	1,377	
Likuiditas			0,637	1,571	
Leverage			0,637	1,569	
Ukuran perusahaan			0,788	1,269	
Heteroskedastisitas	48				
Profitabilitas					0,923
Likuiditas					0,081
Leverage					0,113
Ukuran perusahaan					0,452
Autokorelasi	DW	DU	4-DU		
	2,019	1,7203	2,2797		

Sumber: hasil analisis data SPSS 26

Pada pengujian normalitas menggunakan uji statistik non prametik *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,142 > 0,05$ yang berarti data berkontribusi secara normal. Pada uji multikolinieritas nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikan seluruh variabel lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil autokorelasi menunjukkan nilai $DU < DW < 4-DU$ maka data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berikut ini hasil analisis regresi linier berganda disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T _{hitung}	Sig	Ket
<i>Constanta</i>	2,039	0,374	0,710	
Profitabilitas	9,335	2,114	0,040	H1 diterima
Likuiditas	-0,238	-1,455	0,153	H2 ditolak
Leverage	-1,221	-2,079	0,044	H3 diterima
Ukuran Perusahaan	0,052	0,268	0,790	H4 ditolak
R ² = 0,208		F _{hitung} =	2,818	F _{tabel} = 2,584
Adjusted R ² = 0,134		Sig =	0,037	

Sumber: hasil analisis data SPSS 26

Dikemukakan hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$NP = 2,039 + 9,335 \text{ PROF} - 0,238 \text{ LIK} - 1,221 \text{ LEV} + 0,052 \text{ UP} + e$$

Pada hasil regresi linier berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,039 artinya jika profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dalam penelitian ini diasumsikan konstan atau sama dengan 0, maka besarnya variabel nilai perusahaan sebesar 2,039.
2. Profitabilitas (PROF) menunjukkan hasil positif sebesar 9,335. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan terhadap profitabilitas sebesar 1% maka nilai perusahaan akan meningkat 9,335 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Likuiditas (LIK) menunjukkan hasil negatif sebesar -0,238. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan terhadap likuiditas sebesar 1% maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0,238% dengan asumsi variabel yang lain konstan.
4. *Leverage* (LEV) menunjukkan hasil negatif sebesar -1,221. Hal ini menunjukkan apabila variabel *leverage* mengalami peningkatan sebesar 1%, maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan menurun sebesar -1,221 begitupun sebaliknya dengan asumsi variabel yang lain konstan.
5. Ukuran perusahaan (UP) menunjukkan hasil positif sebesar 0,052. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan terhadap ukuran perusahaan 1% maka nilai perusahaan akan meningkat 0,052 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Dari hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($2,818 > 2,584$) dengan nilai signifikansi 0,037 ($0,037 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat (*fit of goodness*). Pada uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai adjusted R-Square sebesar 0,134. Hal ini berarti hanya 13,4% saja variasi model yang dapat dijelaskan oleh keempat variabel independennya. Sedangkan 86,6% dijelaskan oleh variabel luar model.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian uji t (H_1) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini diterima karena hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,114 > 2,017$ dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$ maka H_1 diterima. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan tingkat rasio profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba bersih dari aktivitas perusahaan yang tinggi, yang berarti dalam kegiatan operasional dari perusahaan tersebut mampu beroperasi secara efektif dan efisien. Dengan tingginya rasio profitabilitas yang dimiliki dari perusahaan akan

meningkatkan para pemodal untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas akan membuat nilai perusahaan yang baik. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan dan konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadinar & Khuzaini, 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil pengujian uji t (H_2) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini ditolak karena hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $-1,455 < -2,017$ dengan nilai signifikansi $0,153 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengurangi hutang jangka pendek, hal ini menunjukkan bahwa investor tidak melihat likuiditas sebagai pertimbangan melainkan investor melihat profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena likuiditas berorientasi pada jangka pendek, sedangkan nilai perusahaan berorientasi pada jangka panjang sehingga tidak adanya pengaruh yang signifikan. Hasil ini penelitian mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Sihombing & Siregar, 2016) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian hipotesis (H_3) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini diterima karena hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $-2,079 > -2,017$ dengan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$ maka H_3 diterima. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila variabel *leverage* mengalami peningkatan, maka akan menurunkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan begitupun sebaliknya. Hal ini dikarenakan *leverage* dapat dipahami sebagai penaksiran resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Karena *leverage* merupakan rasio yang membandingkan total aset dengan hutang. Maka apabila seorang investor melihat sebuah perusahaan dengan asset tinggi namun resiko *leverage* juga tinggi, maka investor tersebut akan mempertimbangkan kembali untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian hipotesis (H_4) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini ditolak karena hasil pengujian

menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $0,268 < 2,017$ dengan nilai signifikansi $0,790 > 0,05$ maka H_4 ditolak. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pada dasarnya ukuran perusahaan menunjukkan total asset perusahaan, jika nilai perusahaan tinggi maka semakin besar aktivitas yang bias dijadikan jaminan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan laba perusahaan yang otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Namun pada penelitian ini dikatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan investor membeli saham sebuah perusahaan tidak hanya ditinjau dari seberapa aktivitas perusahaan, namun juga dari sisi laporan keuangan yang baik, nama baik dan kebijakan deviden yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Akbar & Fahmi, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasar paparan pembahasan dan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan tingkat rasio profitabilitas yang tinggi mencerminkan perusahaan tersebut mampu untuk menghasilkan laba yang tinggi dengan tingginya profitabilitas maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan di perusahaan tersebut. Pada hasil hipotesis Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek saja oleh karena itu investor tidak melihat likuiditas sebagai pertimbangan melainkan investor lebih melihat profitabilitas dan variabel lain sebagai pertimbangan. Pada hasil regresi menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila *leverage* mengalami peningkatan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Karena *leverage* merupakan tingkat resiko yang melekat pada perusahaan. *Leverage* adalah rasio yang membandingkan aset dengan hutang, maka dengan tingkat *leverage* yang tinggi investor akan mempertimbangkan untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil uji ukuran perusahaan menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan investor tidak melihat besarnya perusahaan tersebut namun investor lebih melihat laporan perusahaan yang baik, aktivitas perusahaan dan faktor lain.

Sementara itu keterbatasan yang harus dipertimbangkan peneliti selanjutnya adalah penelitian ini berfokus pada profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan sedangkan masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sample yang digunakan hanya pada perusahaan bergerak pada sub *sector food and beverage* saja. Hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,134 artinya variasi model yang dapat dijelaskan keempat variabel hanya 13,4% saja. Dengan keterbatasan penelitian tersebut maka

disarankan untuk penelitian selanjutnya, yaitu memperluas sektor perusahaan dan menambah variabel independen lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi manajemen*, 5(1), 62-81.
- Andriani, P. R., & Rudianto, D. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di Bei (Bei) Periode 2010-2017. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(1), 48-60.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021, February). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 1, pp. 29-38).
- Cecilia, S. R., & Torong, M. Z. B. (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*, 18, 1-22.
- Damanik, D. S., Lie, D., Jubi, J., & Astuti, A. (2018). Pengaruh Likuiditas, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 35-41.
- Damanik, W. Z., Siahaan, Y., & Susanti, E. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 79-86.
- Gusni, dan Vinda, A. (2016, Desember 17). *Corporate Governance*, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional*, 355-368.
- Hamonangan, F. R., & Hermawan, A. A. (2020). Analysis of the Implementation of Good Corporate Governance Based on Asean Corporate Governance Scorecard: Case Study Pt Jakarta Propertindo (Persero). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(4), 580-601.
- Jensen, M. and Meckling, W., 1976, "Theory of the Firm : Managerial Behavior Agency Cost, and Ownership Structure", *Journal of Finance Economics* 3, pp. 305-360.
- Maryam, S., & Mus, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *CESJ: Center Of Economic Students Journal*, 3(1), 90-109.
- Rahmadinar, F. D., & Khuzaini, K. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(2).

- Rifai, A., Mardani, R. M., & Saraswati, E. (2021). Pengaruh Earning Per Share, Debt To Equity Ratio, Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(07).
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011--2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1).
- Shanti, V., Siregar, L., Inrawan, A., & Manurung, S. (2019). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt Jakarta Setiabudi Internasional, Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 13-19.
- Siahaan, M., Lie, D., & Supitriyani, S. (2016). Pengaruh *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt Lion Metal Works, Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 16-22.
- Sihombing, N., & Supitriyani, S. (2016). Analisis Pengaruh Likuiditas Dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt Lion Metal Works, Tbk. Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 52-58.
- Simanjuntak, T. F., Siahaan, Y., Inrawan, A., & Supitriyani, S. (2019). Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 49-57.
- Siregar, R., Nainggolan, P., Tarigan, P., & Susanti, E. (2016). Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Unilever Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Financial*, 2 No, 1, 1-7.
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47-57.
- Sudana, I. M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Uli, R., Ichwanudin, W., & Suryani, E. (2020). Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Dan Profitabilitas. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(2), 321-332.
- Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. (2019). *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 1-10.