

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Morika Wijaya\* dan Rosmita Rasyid

*Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta*

\*Email: [morikawijaya@gmail.com](mailto:morikawijaya@gmail.com)

### Abstract:

*The purpose of this study is to examine factors including profitability, leverage, company size, sales growth and liquidity on company value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. This study was conducted using a purposive sampling method with valid data for 32 samples of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Data analysis was performed using descriptive statistics and regression hypothesis testing using Eviews software version 10. The results of this study indicate that leverage has a positive effect on firm value. Profitability, company size, sales growth, and liquidity have no effect on firm value. The implication of this research is the need for more attention to profitability, leverage, company size, sales growth and liquidity which are factors that can increase firm value.*

**Keywords:** *factors, firm value, manufacturing company*

### Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan data valid sebesar 32 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif serta pengujian hipotesis metode regresi menggunakan *software* Eviews versi 10. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya perhatian lebih terhadap profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas yang merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

**Kata kunci :** faktor-faktor, nilai perusahaan, perusahaan manufaktur

### Pendahuluan

Berdirinya suatu perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan adalah untuk mendapat keuntungan yang maksimal, dan terwujudnya kemakmuran

pemilik perusahaan. Dalam mewujudkan tujuan tersebut, perusahaan perlu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan tingginya nilai perusahaan dapat diartikan sebagai tingginya persentase perusahaan dalam mewujudkan kemakmuran pemegang saham. Menurut Ni Kadek dan I Gede (2016) berpendapat nilai perusahaan merupakan pembayaran yang dilakukan oleh calon pembeli ketika dijualnya kepada suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga merupakan cerminan dari kondisi perusahaan serta kinerja perusahaan tersebut. Karena pentingnya nilai perusahaan, semakin meningkatkan persaingan perusahaan salah satunya perusahaan manufaktur. Menurut Dea dan A.A. Gede (2016) Profitabilitas merupakan faktor yang dianggap penting karena profitabilitas digunakan sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Menurut Suwardika dan Mustanda (2017) Leverage adalah suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Menurut Putu Mikhy dan Putu Vivi (2016) mengatakan bahwa semakin tingginya ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Selain itu faktor yang mempengaruhi adalah pertumbuhan penjualan, I Gusti Agung dan Henny (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor lain yang perlu diperhatikan yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. (Kiki, 2017)

Dalam kondisi perekonomian sekarang, persaingan yang terjadi didalam perusahaan manufaktur terus mengalami peningkatan akibat semakin meningkatkan kesadaran didalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang kemungkinan akan diperburuk dengan adanya keterpurukan kondisi ekonomi yang disebabkan Covid-19. Hal ini disebabkan karena besarnya persentase ekspor dan import yang dilakukan Cina dan Indonesia yang akan mempengaruhi ketersediaan bahan baku dan juga kegiatan operasi perusahaan manufaktur (Oke Zone, Minggu, 1 Maret 2020 – 14.10 WIB). Cara untuk meningkatkan nilai perusahaan diperlukan peningkatan atas harga saham perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya return bagi pemegang saham. Keadaan inilah yang mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi investor untuk melihat nilai perusahaan tidak hanya informasi yang ada dalam laporan keuangan tetapi melihat faktor-faktor lain yang membentuk nilai perusahaan tersebut.

### **Kajian Teori**

**Signaling Theory.** Dasar teori ini adalah manajer dan pemegang saham tidak memiliki akses informasi perusahaan yang sama atau terdapat perbedaan informasi. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, dan hanya ada informasi yang diketahui investor. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana manajer memberikan sinyal kepada investor untuk mengurangi perbedaan informasi melalui laporan keuangan. *Signaling theory* mengatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus yang akan mendapatkan respon yang positif dari investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Signaling theory* mengungkapkan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan direspon positif oleh pasar karena menunjukkan kinerja keuangan yang bagus dengan mampu

memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang berarti perusahaan dapat menjaga likuiditasnya ( Mei Dian & Muhammad, 2020).

**Trade-off Theory.** Dalam teori ini, nilai perusahaan akan mengalami peningkatan ketika rasio utang yang ada pada struktur modal di tingkatkan ( Ni Kadek dan I Gede, 2016) . Pada teori ini, perusahaan tidak dapat menggunakan hutang sebanyak - banyaknya karena membuat tingkat bunga semakin tinggi yang meningkatkan resiko tidak mempunya perusahaan dalam membayar hutang tersebut sehingga diperlukan pengelolaan yang baik. Dalam teori ini diungkapkan bahwa dengan menggunakan hutang perusahaan dapat memperoleh laba yang besar. Adanya penggunaan hutang ini dapat menguntungkan perusahaan dengan memanfaatkan biaya pengurangan pajak penghasilan untuk memuaskan para pemegang saham.

**Agency Theory.** Menurut Dedi dan Nurhadi (2019), teori agensi adalah hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, dimana manajemen memiliki informasi yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham, sehingga sering menimbulkan masalah keagenan atau *agency problems*. *Agency Theory* menjelaskan tentang pemisahan antara fungsi pengelolaan (oleh manajer) dengan fungsi kepemilikan (oleh pemegang saham) dalam suatu perusahaan. Dalam teori ini mengatakan bahwa informasi yang ada di dalam perusahaan terlihat dalam laporan keuangan perusahaan yang menggambarkan ukuran perusahaan yang terlihat dalam jumlah aset perusahaan, tingkat pemenuhan kewajiban jangka pendek dan tingkat pertumbuhan penjualan yang terjadi setiap tahunnya

**Nilai Perusahaan.** Menurut Utomo (2019, h. 51) nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi, adanya kelebihan jual di atas nilai likuiditas adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut.

**Profitabilitas.** Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan berarti semakin baik kondisi perusahaan tersebut, karena kemakmuran pemegang atau pemilik saham meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas perusahaan. *Whittington (2015, h. 208) mengatakan "Return on Asset measures the percentage return generated on the assets available (investment)". "Rate of return a company achieves through use of its asset is the return on assets (ROA)" (Kieso, 2020, h. 26).* Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan AA Ngurah dan Putu (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif namun bertolak belakang dengan penelitian Eva, *et al* (2018).

**Leverage.** *"The debt-equity ratio is a common ratio used to assess a firm's leverage. We calculate this ratio by dividing the total amount of short- and long-term debt"* (Aldo, Faten, & Chantal , 2018, h. 176). *Leverage* menurut Urban (2015, h. 238) *"is defined as short-and long term debt over total aset"*. Tingkat hutang yang besar dapat berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan dikarenakan bunga atas hutang tersebut dapat digunakan dalam melakukan pengurangan atas pembayaran pajak. Selain itu tingginya nilai hutang distruktur modal akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat I Nyoman dan I Ketut (2017) yang menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif, namun berbanding terbalik dengan penelitian Putu Mikhy dan Putu Vivi (2016).

**Ukuran Perusahaan.** Menurut Hery (2017, h. 3) ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh dalam penentuan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mei Dian dan Muhammad (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh dan memiliki arah positif. Namun bertolak belakang dengan I Nyoman dan I Ketut (2017) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara positif.

**Pertumbuhan Penjualan.** “*Sales growth, measured as the percentage change in sales year-on-year*” (Urban, 2015, h. 235). Jika pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat, maka berarti bahwa nilai perusahaan besar dan merupakan harapan bagi pemilik perusahaan. Pertumbuhan dapat dilihat dari perbandingan jumlah penjualan tahun saat ini dan tahun sebelumnya (Vindy dkk., 2020). Menurut Putri dan Rahyuda (2020) “*The higher sales growth has an impact on investors' assessment of the company so that it can increase the firm value*”. Hal ini sejalan dengan penelitian I Gusti dan Henny (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif, namun bertolak belakang dengan penelitian Muhammad (2018).

**Likuiditas.** Menurut Mei Dian dan Muhammad (2020) Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan. Kieso, Jerry J dan Paul D (2018 h. 10) “*current ratio is a widely used measure for evaluating a company's liquidity and short-term debt-paying ability*”. Semakin tinggi tingkat likuiditas yang dihasilkan perusahaan, berarti bahwa perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan yang menandakan bahwa perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik dan memberikan sinyal positif kepada investor. Hal ini sejalan dengan penelitian I Gusti dan Kiki (2017) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif, namun berbeda dengan penelitian Fitri (2017).

### **Kaitan Antar Variabel**

**Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.** Menurut AA Ngurah dan Putu (2016) profitabilitas merupakan salah satu petunjuk dalam melihat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengolahan manajemen perusahaan dan juga sebagai salah satu faktor yang menciptakan nilai masa depan untuk menarik investor baru. AA Ngurah dan Putu (2016) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena kemungkinan profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal yang baik kepada investor sehingga menarik perhatian investor dan terjadinya peningkatan nilai perusahaan. Namun, tidak sejalan dengan hasil penelitian Eva, dkk (2018) yang menyatakan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Leverage dengan Nilai Perusahaan.** Rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya (Mei Dian dan Muhammad, 2020). Mei Dian dan Muhammad, (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena kemungkinan bunga yang dihasilkan atas penggunaan hutang perusahaan dapat digunakan untuk mengurangi pajak penghasilan perusahaan. Namun,

tidak sejalan dengan Putu Mikhy dan Putu Vivi (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.** Menurut Hery (2017, h. 3) ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya. Semakin besar ukuran perusahaan akan lebih mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan karena lebih dikenal oleh masyarakat. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh dalam penentuan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Angga dan Wiksuana (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena kemungkinan perusahaan yang besar lebih mudah untuk memasuki pasar modal. Namun, I Nyoman dan I Ketut (2017) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

**Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan.** Pertumbuhan dapat dilihat dari perbandingan jumlah penjualan tahun saat ini dan tahun sebelumnya ( Vindy dkk., 2020). I Gusti dan Henny (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena, pertumbuhan penjualan yang tinggi menandakan tingkat pendapatan yang tinggi sehingga perusahaan dianggap mampu memenuhi biaya yang di keluarkan. Namun, Muhammad (2018) menyatakan pendapat yang bertolak belakang.

**Likuiditas dengan Nilai Perusahaan.** Menurut Mei Dian dan Muhammad (2020) Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan. Kiki (2017) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu membayar deviden, operasi perusahaan sehingga menarik minat investor. Namun, Fitri (2017) yang mengatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan penelitian, profitabilitas memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Akhmad , dkk (2020), (Dea dan A.A. Gede (2017) dan (Isabella dan A.A. Gede, 2017). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa profitabilitas tidak signifikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dari Eva et al, (2018)  $H_1$  : Profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, *leverage* memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mei Dian & Muhammad, 2020), (Angga dan Wiksuana, 2016), (I Nyoman dan I Ketut, 2017). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Kiki, 2017), (Putu Mikhy dan Putu Vivi 2016) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.  $H_2$  : *Leverage* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

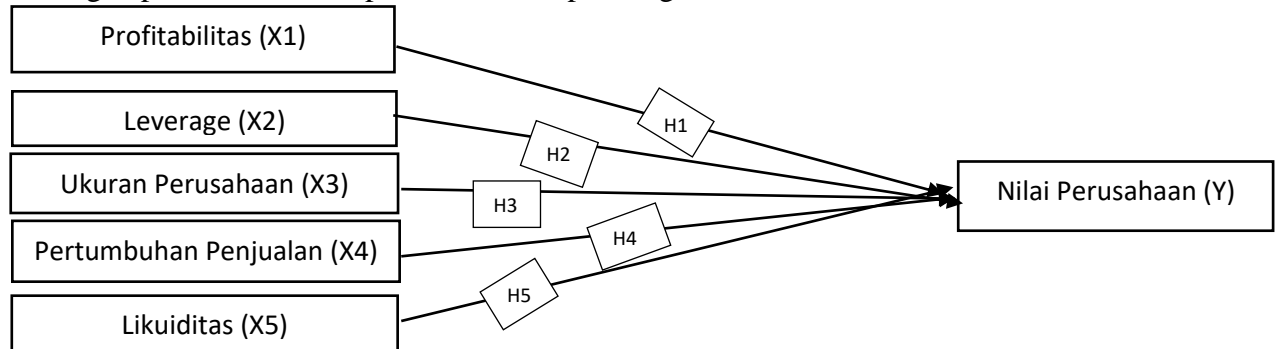
Hasil penelitian, ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Mei Dian & Muhammad, 2020), (Fitri 2017), ( Vindy dkk., 2020) . Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak signifikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dari. I Nyoman dan I Ketut (2017)  $H_3$ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Muhammad (2018). Namun, penelitian lain menyatakan bahwa

pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dari I Gusti dan Henny (2020). H<sub>4</sub> : pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan oleh I Gusti dan Kiki (2017), AA Ngurah dan Putu (2016). Tetapi peneliti lain menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dari Fitri (2017). H<sub>5</sub> : likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1.  
Kerangka Pemikiran

### Metodologi

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dalam periode 2017-2019. Pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah industri manufaktur dengan kriteria 1) perusahaan manufaktur yang telah terdaftar secara berturut-turut pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. 2) perusahaan manufaktur yang tidak melakukan IPO (*Initial Public Offering*) selama periode 2017-2019 pada Bursa Efek Indonesia. 3) perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2019 pada Bursa Efek Indonesia. 4) perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangan tahunan periode 2017-2019 pada Bursa Efek Indonesia. 5) perusahaan manufaktur yang mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya pada periode 2017-2019 pada Bursa Efek Indonesia. Dengan perolehan jumlah sampel 32 sampel.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Perhitungan	Skala
<b>Variabel Independen</b>		
Profitabilitas	$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ aset}$	Rasio
Leverage	$DER = \frac{Total\ Liability}{Total\ Equity}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan = Ln Aset	Rasio

Variabel	Perhitungan	Skala
Pertumbuhan Penjualan	$Sales\ Growth = \frac{sales\ t - sales\ t - 1}{sales\ t - 1}$	Rasio
Likuiditas	$CR = \frac{Current\ aset}{current\ liability}$	Rasio
Variabel Dependen		
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{Market\ price\ per\ share}{book\ value\ per\ share}$	Rasio

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji Statistik Deskriptif. Dalam pengujian ini akan menghasilkan nilai rata-rata (*mean*), nilai standar deviasi, nilai *maximum*, nilai *minimum*, sum, *range* dan jarak antar data (*standard deviation*). Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan penghitungan PBV menghasilkan nilai *mean* sebesar 5.083832, nilai *median* sebesar 1.832850, nilai *maximum* sebesar 82.44440 dan nilai *minimum* sebesar 0.207000. Hasil pengujian terhadap variabel Profitabilitas (X1) yang dihitung menggunakan *proxy* ROA (*Return on Asset*) menghasilkan hasil *mean* sebesar 0.105189, nilai *median* sebesar 0.070050, nilai *maximum* sebesar 0.526700 dan nilai *minimum* sebesar 0.000900. Hasil pengujian terhadap variabel *Leverage* (X2) yang dihitung menggunakan *proxy* DER (*Debt to Equity Ratio*) menghasilkan hasil *mean* sebesar 0.816728, nilai *median* sebesar 0.597950, nilai *maximum* sebesar 2.909500, dan nilai *minimum* sebesar 0.131900. Hasil pengujian terhadap variabel Ukuran Perusahaan (X3) yang dihitung menggunakan *proxy* Ln Total Aset. Penghitungan yang dilakukan menghasilkan nilai *mean* sebesar 29.25326, nilai *median* sebesar 29.13370, nilai *maximum* sebesar 32.20100 dan nilai *minimum* sebesar 25.93550. Hasil pengujian terhadap variabel Pertumbuhan Penjualan (X4) yang dihitung menggunakan *proxy* Growth menghasilkan nilai *mean* sebesar 0.232666, nilai *median* sebesar 0.097200, nilai *maximum* sebesar 9.413100 dan nilai *minimum* sebesar 0.000500. Hasil pengujian terakhir dengan variabel Likuiditas (X5) yang dihitung menggunakan *proxy* CR (*Current Ratio*) yang menghasilkan nilai *mean* sebesar 2.424317, nilai *median* sebesar 2.060000, nilai *maximum* dan *minimum* sebesar 8.680300 dan 0.137900.

Berdasarkan uji *likelihood* atau uji *chow* yang telah di uji dari model data panel *fixed effect* model, *cross-section F* memiliki probabilitas  $0.0000 < 0.005$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga model yang lebih tepat untuk digunakan dalam penelitian adalah *fixed effect* model. Setelah diperolehnya hasil penelitian uji *chow*  $H_0$  di tolak, maka akan dilakukan pengujian kedua yaitu uji *hausman*. Uji *hausman* dilakukan untuk menentukan model mana yang paling tepat digunakan dalam penelitian, antara *fixed effect* model atau *random effect* model. Berdasarkan uji *hausman* yang ujinya dilakukan melalui data panel *random effect* model, *cross-section random* memiliki probabilitas  $0,0000 < 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga model yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect* model.

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji *multikolinieritas*, Hasil uji *Multikolinieritas* yang telah dilakukan menunjukkan nilai *kolerasi* yang dihasilkan pada setiap variabel independen

memiliki nilai dibawah 0.8. sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan terbebas dari multikolinieritas.

Setelah dinyatakan lolos, pengujian yang dilakukan selanjutnya adalah regresi linear berganda yang menghasilkan persamaan berikut :

$$Y = 53.0926 - 2.633388X_1 + 12.53247X_2 - 2.006294X_3 - 0.064834X_4 + 0.304523X_5 + e$$

Keterangan	:
Y	: Nilai perusahaan
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_1\beta_2\beta_3\beta_4\beta_5$	: Koefisien Regresi
X <sub>1</sub>	: Profitabilitas
X <sub>2</sub>	: <i>Leverage</i>
X <sub>3</sub>	: Ukuran Perusahaan
X <sub>4</sub>	: Pertumbuhan Penjualan
X <sub>5</sub>	: Likuiditas
e	: <i>Error</i>

Nilai koefisien dari profitabilitas yang merupakan X1 memiliki nilai -2.633388. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan atau peningkatan profitabilitas sebesar satu satuan dan variabel independen lainnya konstan akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan sebesar -2.633388 satuan. Nilai koefisien dari variabel X2 yaitu *leverage* memiliki nilai sebesar 12.53247 yang berarti bahwa setiap kenaikan atau peningkatan nilai *leverage* yang dihitung menggunakan *proxy* DER sebesar satu satuan dan variabel independen lainnya konstan atau tetap berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan sebesar 12.53247 satuan. Nilai koefisien variabel X3 ( ukuran perusahaan ) yang diukur menggunakan *proxy* Ln aset memiliki nilai sebesar -2.006294 yang berarti bahwa setiap kenaikan atau peningkatan sebesar satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap maka berdampak pada penurunan nilai perusahaan sebesar -2.006294 satuan. Nilai koefisien untuk pertumbuhan penjualan yang merupakan variabel X5 memiliki nilai sebesar -0.064834 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan atau peningkatan atas nilai pertumbuhan penjualan sebesar satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap berdampak pada menurunnya nilai perusahaan sebesar -0.064834 satuan. Nilai koefisien likuiditas (X5) sebesar 0.304523 yang berarti bahwa setiap kenaikan atau peningkatan sebesar satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap tetap atau konstan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 0.304523 satuan.

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>). Pengujian uji koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur model yang akan digunakan dalam penelitian dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara menyeluruh. Hasil dari koefisien determinasi senilai 0.933679. Hasil tersebut disimpulkan variabel-variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas memberikan pengaruh terhadap variabel dependen nilai perusahaan sebesar 0.933679 atau 93.37% dan variabel lainnya tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji F. Berdasarkan hasil pengujian simultan yang dilakukan, nilai dari prob (F-*statistic*) adalah 0.000000 < 0.05, maka profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap



nilai perusahaan serta juga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut dapat atau bisa digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	53.09267	68.30276	0.777314	0.4401
X1	-2.633388	9.682869	-0.271964	0.7866
X2	12.53247	2.190740	5.720654	0.0000
X3	-2.006294	2.301647	-0.871678	0.3869
X4	-0.064834	0.405692	-0.159811	0.8736
X5	0.304523	0.520966	0.584535	0.5611

(sumber: Output E-views 10)

Berdasarkan tabel diatas, nilai probabilitas profitabilitas yang dihasilkan yaitu 0.7866 dimana angka ini berada diatas tingkat signifikansi sebesar 0.05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_{a1}$  ditolak yang berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan memiliki arah yang negatif. Nilai probabilitas *leverage* yang dihasilkan sebesar 0.0000 dimana angka ini berada dibawah tingkat signifikansi sebesar 0.05. Kesimpulan yang dapat ditarik yaitu  $H_{a2}$  diterima yang berarti bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan memiliki arah yang positif. Nilai probabilitas ukuran perusahaan yang dihasilkan berada diatas tingkat signifikansi sebesar 0.05. Sehingga kesimpulan yang dapat dihasilkan adalah  $H_{a3}$  ditolak yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Nilai probabilitas pertumbuhan penjualan sebesar 0.8736 yang berarti bahwa nilai probabilitas yang dihasilkan berada diatas tingkat signifikansi sebesar 0.05. Sehingga kesimpulan yang dapat dihasilkan adalah  $H_{a4}$  ditolak yang berarti bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai probabilitas likuiditas sebesar 0.5611 yang berarti bahwa nilai probabilitas yang dihasilkan berada diatas tingkat signifikansi sebesar 0.05. Sehingga kesimpulan yang dapat dihasilkan adalah  $H_{a5}$  ditolak yang berarti bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian table 2, profitabilitas (ROA) menunjukkan kesimpulan bahwa  $H_{a1}$  ditolak yang berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan memiliki arah yang negative. Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis dikarenakan, kemungkinan pada periode tertentu terjadinya peningkatan asset perusahaan, namun tidak diikuti dengan laba yang signifikan. *Leverage* (DER) memiliki kesimpulan yaitu  $H_{a2}$  diterima yang berarti bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan memiliki arah yang positif. Ukuran perusahaan (Ln Aset) memiliki kesimpulan yang dihasilkan adalah  $H_{a3}$  ditolak yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda dengan hipotesis karena, kemungkinan seorang investor jika ingin menilai suatu perusahaan tidak melihat melalui segi ukuran perusahaan melainkan memperhatikan kinerja perusahaan, serta kebijakan deviden. Pertumbuhan penjualan (*Growth*) memiliki kesimpulan yang dihasilkan adalah  $H_{a4}$  ditolak yang berarti bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis karena kemungkinan tidak semua peningkatan penjualan yang terjadi tidak selalu berdampak pada meningkatnya nilai

perusahaan. Likuiditas (CR) memiliki kesimpulan yang dihasilkan adalah  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis karena kemungkinan pandangan investor dalam menanamkan modal kedalam perusahaan memperhatikan rasio signifikan dan tidak signifikan serta kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan pengelolaan *leverage*, karena menurut hasil yang diperoleh *leverage* adalah faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, namun juga tetap memperhatikan faktor lainnya.

### Penutup

Keterbatasan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dan digunakan pada penelitian ini hanya pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2019, periode yang digunakan dalam penelitian cukup singkat dimana hanya menggunakan 3 tahun dari periode 2017, 2018 dan 2019, dan variabel independen yang ditentukan dan digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 5 variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas dengan 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan keterbatasan yang ada, maka saran yang dapat diberikan adalah investor diharapkan lebih memperhatikan *leverage* karena berdasarkan penelitian *leverage* memiliki pengaruh positif. Perusahaan diharapkan dapat mengelola *leverage* dengan baik untuk memanfaatkan biaya atas bunga yang dihasilkan untuk pengurangan pajak penghasilan, sehingga dapat meningkatkan laba operasional perusahaan serta menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan juga sebaiknya perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas agar dapat memaksimalkan jalannya operasional perusahaan kedepannya dan terus terjadinya peningkatan akan nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan objek penelitian yang lain serta memperpanjang periode penelitian yang dilakukan, menggunakan data yang lebih luas untuk digunakan sebagai sumber penelitian dan menambah jumlah variabel independen ataupun ukuran proksi pada variabel independent sehingga penelitian yang dihasilkan lebih bervariasi.

### Daftar Rujukan/Pustaka

- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R. H., & Primanti, M. R. (2011). *Cara Cerdas Menguasai EViews*. Jakarta: Salemba Empat
- Aldila Septiana, M.Pd (2019). Analisis Laporan Keuangan Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan. Jawa Timur. Duta Media Publishing
- Aldo Levy, Faten Ben Bouheni, Chantal Amm (2018). *Innovation, Entrepreneurship, Management Series Innovation and Technology Set Volume 6*. Wiley
- Dr. Ihyaul Ulum (2017). Metode Pengukuran, *Framework* Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dr. Mohamad Nur Utomo, SE., M. Si (2019). Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan. Surabaya. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Fauziah, Fenty. (2017). Kesehatan bank, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan teori dan kajian empiris. Samarinda: RV Pustaka Horizon
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariate dan Ekonometrika*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hery. (2017). *Kajian riset akuntansi mengulas berbagai hasil penelitian terkini dalam bidang akuntansi dan keuangan*. Jakarta: PT Grasindo
- Iman Supriadi (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Jakarta CV Budi Utama
- Jerry J. Weygandt Phd, CPA, Paul D. Kimmel Phd, Cpa dan Donald E. Kieso Phd, CPA (2018). *Financial Accounting with International Financial Reporting Standard 4e*. Singapura. Wiley
- Joko Salim, S.Kom, SE (2010). *Cara Gampang Bermain Saham*. Jakarta Transmedia Pustaka
- Kieso Weygandt Warfield (2020). *Intermediate Accounting IFRS Edition 4<sup>th</sup> Edition*. United States of Amerika. Wiley
- Kurniawan, S.E., M.Si. (2019). *Analisis Data menggunakan Stata SE 14 (Panduan Analisis, Langkah Cepat, Lebih Mudah, dan Paling Praktis)*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Markus P. Urban (2015). *The Influence of Blockholders on Agency Costs and Firm Value (Auditing and Accounting Studies)*. Germany. Springer Gabler
- Nuryanto, Zulfikar Bagus Pambuko. (2018). *Eviews Untuk Analisis Ekonometrika Dasar Aplikasi dan Interpretasi*. Magelang . Unimma Press
- O. Ray Whittington, CPA, PhD (2015). *Business Environment and Concepts*. United States of Amerika. Wiley
- Tarjo, S. Sos. , M.AB. (2019). *Metode Penelitian*. Yogyakarta. CV Budi Utama