

## DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Florenzia May\* dan Liana Susanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

\*Email: [florenciamay95@gmail.com](mailto:florenciamay95@gmail.com)

### Abstract:

*The purpose of this study is to obtain empirical evidence about factors affecting firm value in manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange for the years 2017-2019. Sample selection technique that used is purposive sampling method and acquired 78 companies. Data processing technique using multiple linear regression analysis with the Eviews 12 software. The results showed that profitability has positive significant effect on firm value, liquidity has negative significant effect on firm value, while leverage, firm size, and CSR do not have significant effect on firm value. The implication of this research is to provide information for investors that should study the company's financial statements carefully before decided to invest in a company.*

**Keywords:** Firm Value; Profitability; Liquidity

### Abstrak:

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti secara empiris mengenai faktor-faktor memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling dan data yang digunakan adalah 78 perusahaan. Teknik pemrosesan data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program Eviews 12. Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage*, ukuran perusahaan, dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan informasi bagi investor untuk dapat mempelajari laporan keuangan perusahaan secara cermat sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

**Kata kunci :** Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Likuiditas

### Pendahuluan

Hamzah (2018) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam hal ini, tentunya perusahaan tidak hanya berorientasi pada tujuan jangka pendek, tetapi perusahaan juga memiliki tujuan yang berorientasi pada jangka panjang. Mayoritas perusahaan memiliki tujuan jangka panjang yang sama yaitu ketika investor atau para pemilik perusahaan mampu merasakan

kemakmuran dan hal tersebut dapat direalisasikan dengan meningkatkan nilai perusahaan secara maksimum.

Anggraini dan Widhiastuti (2020) mengatakan bahwa tujuan tersebut sulit untuk dicapai oleh perusahaan di era globalisasi ini karena terdapat kompetisi bisnis yang sangat ketat, serta terdapat juga berbagai rintangan lainnya yang timbul dari dalam maupun luar perusahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ekonomi yang sangat cepat ini memiliki dampak timbulnya perusahaan-perusahaan kompetitor Internasional dan hal ini membuat perusahaan Indonesia harus bisa memaksimalkan kinerja usahanya agar bisa menyaingi laju perkembangan perekonomian agar tidak kalah saing. Ketatnya persaingan ini juga dirasakan ketika perusahaan hendak menarik atensi investor untuk mendapatkan tambahan anggaran. Lingkungan bisnis yang sangat kompetitif ini membuat perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya dengan cara memperoleh investasi menjadi sangat sukar untuk dilaksanakan.

Murtini, Putra, dan Manuari (2021) berpendapat bahwa kinerja sebuah perusahaan akan dinilai oleh masyarakat umum maupun investor melalui harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperjualbelikan. Besarnya kenaikan nilai sebuah perusahaan dan kesejahteraan investornya dapat diukur dari besarnya peningkatan harga saham perusahaan tersebut. Tingkat kesejahteraan masyarakat juga akan meningkat secara signifikan karena angka pengangguran yang dapat ditekan secara drastis jika sebuah perusahaan mampu memperluas usahanya secara nasional karena hal ini dapat diartikan perusahaan tersebut dapat memberikan lapangan pekerjaan secara luas. Dalam usaha meningkatkan kesejahteraan inilah yang membuat perusahaan mengubah fokus dari tujuan usahanya untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan tidak lagi hanya berfokus untuk memperoleh laba saja.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para investor untuk dapat mempelajari laporan keuangan perusahaan dengan cermat dan teliti sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

### **Kajian Teori**

**Signaling Theory.** *Signaling Theory* atau yang biasanya disebut juga sebagai teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang memberikan penjelasan bahwa pihak investor akan mendapatkan sinyal berupa informasi atau masalah yang sedang dialami oleh perusahaan. Brigham dan Houston (2019) memiliki pendapat bahwa teori sinyal adalah teori yang menguraikan cara dari manajemen perusahaan yang memberikan sinyal kepada para pemegang saham tentang prospek perusahaan. Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) memiliki pendapat bahwa dengan memberikan sinyal positif, perusahaan tentunya berharap para pihak eksternal menjadi terdorong untuk percaya sehingga akan melakukan penanaman modal kepada perusahaan. Herninta (2019) menyatakan bahwa secara rutin laporan keuangan perusahaan akan diberikan kepada investor baik informasi yang memuat laporan keuangan ataupun informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan dan hal ini dijadikan panduan bagi pihak eksternal dalam menilai kondisi perusahaan apakah perusahaan sedang memberi sinyal negatif yang berarti kabar buruk ataupun sinyal positif yang berarti kabar baik. Murtini, Putra, dan Manuari (2021) memiliki pendapat bahwa tujuan dari penggunaan teori sinyal adalah untuk menghindari terjadinya asimetri informasi yang artinya adalah kondisi ketika perusahaan yang sebagai pihak internal mengetahui

prospek perusahaan serta informasi-informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak eksternal. Melalui pemberian sinyal kepada pihak eksternal ini, perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk menghindari terjadinya asimetri informasi dengan memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya.

**Agency Theory.** *Agency theory* atau yang biasanya disebut juga sebagai teori agensi adalah teori yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menerangkan tentang hubungan keagenan yang timbul di antara pihak manajemen dengan pihak prinsipal. Surjadi (2019) memiliki pendapat bahwa teori agen ini menerangkan kaitan keagenan antara pemilik atau pemegang saham perusahaan yang berperan sebagai prinsipal dengan manajer yang sebagai agen dalam suatu bentuk kontrak kerja sama. Merzyana dan Dermawan (2020) memiliki pendapat bahwa teori agensi meliputi dua permasalahan utama yang menjadi poin penting yaitu informasi asimetri dan konflik kepentingan yang terdapat antara pihak manajemen dengan pihak pemilik perusahaan. Terjadinya perbedaan kepentingan ini dikarenakan kepentingan pihak manajer yang menghendaki kemakmuran perusahaan, tetapi kepentingan dari para pihak investor adalah memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dari investasinya. Hapsari (2018) berpendapat bahwa dampak dari kepentingan manajemen ini, biaya perusahaan akan bertambah dan hal ini tentunya membuat pihak investor tidak senang karena akan berdampak pada pemasukan perusahaan yang berkurang lalu harga saham akan menurun sehingga nilai perusahaan juga berkurang.

**Nilai Perusahaan.** Sujardi (2019) memiliki pendapat bahwa nilai perusahaan dapat mencerminkan bagaimana pandangan investor tentang perusahaan karena nilai perusahaan ialah nilai wajar perusahaan. Adiputra dan Hermawan (2020) berpendapat nilai perusahaan merupakan nilai dari harga pasar yang di mana nilai ini dapat meningkatkan laba investor saat nilai perusahaan itu bertambah.

**Profitabilitas.** Putra dan Sudirgo (2019) berpendapat bahwa profitabilitas merupakan profit bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dari kinerja usahanya. Sujardi (2019) memiliki pendapat bahwa profitabilitas digunakan sebagai rasio keuangan untuk menilai potensi perusahaan dalam menciptakan laba.

**Leverage.** Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) berpendapat bahwa *leverage* digunakan untuk menjadi tolak ukur penilaian kesanggupan perusahaan untuk membayar kewajiban atau hutang-hutang yang dimiliki dan melalui kewajiban atau hutang ini, apakah perusahaan sanggup dalam mendanai kegiatan usaha perusahaan atau mengelola asetnya. Murtini, Putra, dan Manuari (2021) memiliki pendapat bahwa *leverage* merupakan pemakaian sumber dana dan aset perusahaan yang memiliki biaya tetap yang bertujuan untuk mengoptimalkan profit para pemegang saham.

**Likuiditas.** Adiputra dan Hermawan (2020) berpendapat bahwa likuiditas adalah kapabilitas perusahaan dalam memenuhi hutang yang berjangka pendek dan perusahaan harus mampu untuk melakukan pembelian atau penjualan aset yang secara cepat. Suwarno dan Susanto (2021) memiliki pendapat bahwa likuiditas merupakan kapabilitas perusahaan dalam memperoleh kas.

**Ukuran Perusahaan.** Murtini, Putra, dan Manuari (2021) memiliki pendapat bahwa tujuan dari digunakannya rasio ukuran perusahaan adalah untuk digunakan sebagai penilaian besar kecilnya perusahaan. Adiputra dan Hermawan (2020) memiliki pendapat

bahwa ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai gambaran seberapa besarnya ukuran perusahaan tersebut.

**Corporate Social Responsibility.** Rahmi, Indrayeni, dan Wijaya (2019) memiliki pendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab terhadap efek lingkungan dan sosial yang mencuat akibat dari kegiatan perusahaan. Vira dan Wirakusuma (2019) memiliki pendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan yang dilaksanakan perusahaan dalam rangka tanggung jawab yang berhubungan dengan keberlangsungan masyarakat dan lingkungan sekitar kegiatan usaha perusahaan.

### **Kaitan Antar Variabel**

**Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.** Surjadi (2019) memiliki pendapat bahwa penilaian investor untuk kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan profit berasal dari laporan keuangan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka cerminan atas kinerja perusahaan akan di tafsirkan secara baik. Hal ini dapat memberikan sinyal positif yang dampaknya adalah investor terdorong untuk menanamkan modalnya dan investor yakin modal yang ditanamkan akan bertambah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwarno dan Susanto (2021), profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi hasil penelitian yang berbeda dinyatakan oleh Anggraini dan Widhiastuti (2020) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda juga dinyatakan oleh Rahmantio, Saifi, dan Nurlaily (2018) bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

**Leverage dengan Nilai Perusahaan.** Merzyana dan Dermawan (2020) memiliki pendapat bahwa tingkat *leverage* yang tinggi memberikan sinyal positif bagi pemegang saham untuk berinvestasi. Alasan dari hal ini adalah perusahaan memanfaatkan hutang dalam menekan biaya pajak. Dampak dari hal ini adalah investor memberikan penilaian positif kepada perusahaan karena perusahaan dinilai dapat memaksimalkan laba perusahaan untuk pembagian *return* maupun kegiatan investasi lainnya. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Sudirgo (2019), *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian yang dilakukan Kristi dan Yanto (2020) yaitu *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) menyatakan hasil penelitian yang berbeda bahwa *leverage* tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan

**Likuiditas dengan Nilai Perusahaan.** Ardianto, Chabachib, dan Mawardi (2017) memiliki pendapat bahwa tingginya tingkat likuiditas menampakkan tingginya tingkat dana di dalam perusahaan yang menganggur. Dampak dari hal ini adalah meningkatnya penurunan pada pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Bagi investor, hal ini akan dinilai sebagai sinyal yang negatif karena penurunan ini adalah tanda bahwa kinerja keuangan perusahaan juga sedang mengalami penurunan dan akibatnya adalah turunnya nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Widhiastuti (2020), yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dinyatakan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rostanti dan Effendi (2019) yang memperoleh hasil bahwa likuiditas

memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiputra dan Hermawan (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

**Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.** Putra dan Sudirgo (2019) memiliki pendapat bahwa para kreditor sebelum mempercayai perusahaan dalam memberikan dana pinjaman akan memanfaatkan teori sinyal dahulu karena dipercaya bahwa semakin besarnya ukuran sebuah perusahaan, maka semakin besar juga kesanggupan perusahaan dalam membayar kewajibannya. Pemberian hutang ini selanjutnya akan dinilai investor sebagai sinyal positif karena artinya perusahaan sanggup menciptakan profit yang lebih besar karena tentunya perusahaan harus melunasi kewajibannya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Sudirgo (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi hasil yang berbeda dinyatakan oleh penelitian Suwarno dan Susanto (2021) bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Merzyana dan Dermawan (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

**CSR dengan Nilai Perusahaan.** Rahmi, Indrayeni, dan Wijaya (2019) memiliki pendapat bahwa masyarakat umum menyambut secara positif dan antusias terhadap kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang di mana peraturan ini ada dijabarkan dalam peraturan perundang-undangan. Besarnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan akan dinilai sebagai sinyal positif karena perusahaan dinilai transparan dan etis dalam mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan kontribusi pembangunan yang berkelanjutan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiputra dan Hermawan (2020) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi berbeda dengan hasil yang diungkapkan oleh Vira dan Wirakusuma (2019) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda juga dinyatakan oleh Rahmi, Indrayeni, dan Wijaya (2019) yang berpendapat bahwa CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

### **Pengembangan Hipotesis**

Adiputra dan Hermawan (2020) menyatakan bahwa hasil dari penelitiannya adalah profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dinyatakan oleh Anggraini dan Widhiastuti (2020) yang menyatakan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Rahmantio, Saifi, dan Nurlaily (2018) menyatakan hasil penelitian yang berbeda pula yaitu diperoleh hasil bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ha1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Putra dan Sudirgo (2021) yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan oleh Kristi dan Yanto (2020) yaitu *leverage* memiliki pengaruh

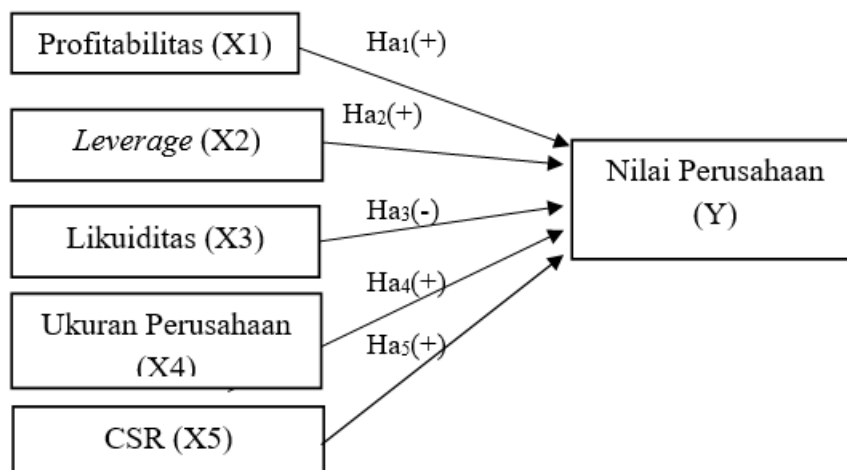
yang negatif dan signifikan, sedangkan penelitian Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ha2: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ardianto, Chabachib, dan Mawardi (2017) memperoleh hasil penelitian bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rostanti dan Effendi (2019) yaitu likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Suwarno dan Susanto (2021) menyatakan bahwa hasil dari penelitiannya menunjukkan likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ha3: Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kristi dan Yanto (2020) menyatakan bahwa hasil ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwarno dan Susanto (2021) yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian Adiputra dan Hermawan (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ha4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adiputra dan Hermawan (2020) menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Vira dan Wirakusuma (2019) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Rahmi, Indrayeni, dan Wijaya (2019) mendapatkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ha5: CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini.



Gambar 1.  
Kerangka Pemikiran

### Metodologi

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini

menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut: a. Perusahaan manufaktur yang tidak melakukan *IPO* selama tahun 2017-2019, b. Perusahaan manufaktur yang tidak *delisting* selama tahun 2017-2019, c. Perusahaan manufaktur yang memperoleh laba secara berturut-turut selama tahun 2017-2019, d. Perusahaan manufaktur yang menggunakan tahun buku yang berakhir 31 Desember selama tahun 2017-2019, e. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan CSR selama tahun 2017-2019, dan f. Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki ekuitas negatif selama tahun 2017-2019. Sampel penelitian adalah sebanyak 78 perusahaan, dengan tiga tahun periode penelitian yaitu dari periode 2017-2019 sehingga totalnya diperoleh 234 data. Pada Tabel.1 menunjukkan variabel operasional dan pengukuran yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Operasional dan Pengukuran

Variabel	Sumber	Cara Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan	Adiputra dan Hermawan (2020)	$Tobin's Q = \frac{Market Value of Equity + Debt}{Total Asset}$	Rasio
Profitabilitas	Sujardi (2019)	$ROA = \frac{Net Income}{Total Asset}$	Rasio
Leverage	Merzyana dan Dermawan (2020)	$DAR = \frac{Total Liabilities}{Total Assets}$	Rasio
Likuiditas	Adiputra dan Hermawan (2020)	$CR = \frac{Current Assets}{Current Liabilities}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Putra dan Sudirgo (2019)	$Firm Size = Ln(Total Assets)$	Rasio
CSR	Vira dan Wirakusuma (2019)	$CSRI = \frac{Total Disclosure}{Total Indicator}$	Rasio

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Pemilihan model panel dilakukan dengan dua pengujian, yaitu uji *Chow* dan uji *Hausman*. Berdasarkan hasil uji *Chow*, diperoleh nilai probabilitas *cross-section F* sebesar 0.0000 atau  $< 0.05$ , sehingga model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Dari hasil uji *Hausman* didapatkan angka *probability cross-section random* 0.0001 atau  $< 0.05$  sehingga model panel yang terpilih di dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model*.

Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini terdiri atas uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Menurut Basuki dan Prawoto (2016) penelitian dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai koefisien korelasi antar seluruh variabel independen  $< 0.8$ . Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dari penelitian ini, nilai koefisien korelasi antara semua variabel bebas lebih kecil dari 0.8, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas dalam penelitian ini. Untuk menguji apakah terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, maka dilakukan uji *White* dengan melihat nilai probabilitas *Chi Square Obs\*R-squared*, dimana nilai ini harus lebih besar dari 0.05. Hasil uji *White* menunjukkan nilai sebesar 0.7996, atau

> 0.5 sehingga diketahui bahwa di dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji t. Menurut Basuki dan Prawoto (2016) tujuan dilakukannya uji t adalah untuk mengukur apakah variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen secara parsial. Hasil uji pengaruh (uji t) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

<i>Variable</i>	Coefficient	Std. Error	t	<i>Prob.</i>
C	4.725138	7.506367	0.629484	0.5300
ROA	5.520836	1.925748	2.866853	0.0047
DAR	0.276792	0.826918	0.334727	0.7383
CR	-0.162081	0.076087	-2.130214	0.0348
FS	-0.102518	0.266841	-0.384190	0.7014
CSR	-2.123163	1.167561	-1.818460	0.0710

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$TQ = 4.725138 + 5.520836ROA + 0.276792DAR - 0.162081CR - 0.102518FS - 2.123163CSR + \epsilon$$

Profitabilitas memiliki hasil *p-value* dari variabel independen profitabilitas adalah sebesar 0.0047 yang berarti lebih kecil dari 0.05, artinya profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi profitabilitas adalah 5.520836 yang artinya terdapat hubungan positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, sehingga  $H_{a1}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan diterima. *Leverage* mempunyai nilai probabilitas sebesar 0.738, sehingga diketahui bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian  $H_{a2}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *leverage* terhadap nilai perusahaan tidak diterima.

Likuiditas mempunyai nilai koefisien regresi -0.162081 dan nilai probabilitas 0.0348, sehingga diketahui bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian  $H_{a3}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan dari likuiditas terhadap nilai perusahaan diterima. Ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar 0.7014, sehingga diketahui bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian  $H_{a4}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak diterima. CSR memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0710, sehingga diketahui bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian  $H_{a5}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari CSR terhadap nilai perusahaan tidak diterima.



Menurut Basuki dan Prawoto (2016) tujuan dilakukannya uji F adalah untuk menilai apakah variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen secara simultan. Berdasarkan uji F, diperoleh nilai probabilitas *F-statistic* sebesar 0.0000 atau  $< 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, dan CSR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Basuki dan Prawoto (2016) koefisien determinasi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur keseluruhan hubungan variabel independen yang menjelaskan variabel dependen. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang diperoleh menunjukkan angka sebesar 0.789583, sehingga diketahui bahwa variabel bebas yang berisikan profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, dan CSR dapat menjelaskan nilai perusahaan sebagai variabel terikat sebesar 78.8583%.

### **Diskusi**

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui apabila perusahaan memiliki tingkat probabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa prospek perusahaan tersebut baik. Hal ini menyebabkan investor akan tertarik untuk berinvestasi, dan akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat dan hasil ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa sinyal positif akan terlihat dari tingkat probabilitas yang tinggi. Tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan akan menurun karena perusahaan akan lebih berfokus untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya saja dan tidak mampu mengelola kinerja keuangan secara efektif, sehingga menyebabkan nilai perusahaan akan turun.

### **Penutup**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah periode penelitian ini hanya tiga tahun, yaitu 2017-2019, sampel yang digunakan di dalam penelitian ini hanya mencakup perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hanya berjumlah lima variabel independen, dan variabel independen maupun variabel dependen yang digunakan dalam periode ini hanya menggunakan proksi tertentu saja. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas periode penelitian, menambah sektor lainnya selain manufaktur, menggunakan variabel independen lainnya, seperti GCG, dan melakukan penelitian dengan menggunakan proksi yang berbeda dalam pengujian.

### **Daftar Rujukan/Pustaka**

- Adiputra I. G., & Hermawan A. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility, Firm Size, Dividend Policy and Liquidity on Firm Value: Evidence from Manufacturing Companies in Indonesia, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 11(6), 325-338.
- Anggraini, S., & Widhiastuti, R. N. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015 – 2018. *Jurnal Kompleksitas*, 9(11), 1–11.

- Anjani, N. & Astika, I. B. P. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Likuiditas Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Universitas Udayana*, 24(2), 899-928.
- Ardianto, M. J., Chabachib, M., & Mawardi, W. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, DER, ROA, dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2015). *Jurnal Universitas Diponegoro*, 1–10.
- Basuki, T. A., dan Prawoto, N. (2016). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management 15th Edition*. Boston: Cengage Learning, Inc.
- Hamzah A. et al. (2018). Capital Ownership Structure and Decision on Financial Market Reaction and Corporate Value. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 3(9), 395-406.
- Hapsari, A. A. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Universitas Widyatama*, 1(1), 211-222.
- Herninta, T. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Universitas Bina Nusantara*, 22(3), 325-336.
- Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 52–62.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Finance Economic*, 3(4), 305-360.
- Kristi, N. M., & Yanto, H. (2020). The Effect of Financial and Non-Financial Factors on Firm Value. *Accounting Analysis Journal*, 9(2), 131-137.
- Merzyana, F. dan Dermawan, E. S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 2(1), 376-384.
- Murtini, N. K., Putra, I. G. C., & Manuari, I. A. R. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-jurnal Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1(1), 318–327.
- Putra, Y. D., & Sudirgo, T. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 543–552.
- Rahmantio, I., Saifi, M., & Nurlaily, F. (2018). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Equity, Return on Asset dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 151–159.
- Rahmi, Y. Y., Indrayeni, & Wijaya, R. S. (2019). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017. *Jurnal Menara Ilmu*, 13(3), 158–167.

- Rostanti, M., & Effendi, M. S. (2019). Pengaruh Return on Equity, Debt to Equity Ratio, Current Ratio dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property dan Real Estate Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2011- 2018. *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(3), 111–121.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal Of Economics*. 87(3), 355-374.
- Sujardi, L. (2019). Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI. *E-Jurnal Universitas Tarumanagara*. 3(2), 331-341.
- Suwarno, J. A., & Susanto, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(2), 814–823.
- Vira, A. N., & Wirakusuma, M. G. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(2) 1299-1326.