

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Kenny Howard dan Linda Santioso

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: kennyhoward9835@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to analyze the effect of liquidity, profitability, firm size and leverage on firm value on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The research used 54 companies that were selected using purposive sampling method in three years. Data processing technique using multiple regression analysis with SPSS version 22 and Microsoft Excel 2016. The result of this study indicate that liquidity does not significantly influence on firm value, profitability have positive and significantly influence on firm value, firm size have positive and significantly influence on firm value and leverage have positive and significantly influence on firm value. The implication of this study is the need to increase the profitability, firm size and leverage to increase the firm value which will bring a good signal for investors.*

Keywords: *Firm Value, Liquidity, Profitability, Firm Size, Lverage.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Pada penelitian ini menggunakan 54 perusahaan manufaktur yang telah diseleksi menggunakan metode purposive sampling selama tiga tahun. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS versi 22 dan Microsoft Excel 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan pada profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* untuk meningkatkan nilai perusahaan dimana hal tersebut akan memberikan sinyal baik bagi investor.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Lverage*.

PENDAHULUAN

Pada era teknologi yang sangat berkembang ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat sehingga perusahaan memerlukan modal yang cukup besar untuk memperluas kegiatan operasional dan pembiayaan-pembiayaan lainnya. Salah satu cara untuk mendapatkan modal dana dari luar adalah dengan cara menarik investor untuk melakukan investasi di dalam perusahaan. Maka dari itu perusahaan-perusahaan bersaing untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan mereka. Nilai perusahaan digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan dan kemampuan perusahaan, baik finansial maupun non finansial. Nilai perusahaan merupakan harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Suwardika dan Mustanda, 2017). Nilai perusahaan yang baik adalah bila investor memiliki persepsi yang baik terhadap perusahaan. Sejalan

dengan tujuan perusahaan yang akan memberikan persepsi yang baik bagi investor. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh likuiditas. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek perusahaan (Putra dan Lestari, 2016). Likuiditas di dalam perusahaan digunakan untuk mengukur seberapa cepat dan mudah aset yang ada pada perusahaan dikonversi menjadi kas. Makin tinggi likuiditas maka dapat dijadikan prospek bagi investor, investor menyimpulkan bahwa makin tinggi likuiditas suatu perusahaan maka perusahaan mempunyai kinerja yang baik dan mampu meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan (Lukman, Suhendah & Evan, 2020). Makin tinggi profitabilitas dapat menunjukkan tingginya nilai perusahaan, sehingga investor dan kreditur akan merespon positif dan nilai perusahaan meningkat. Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil meningkatkan laba mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan positif dari investor dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dibedakan dalam beberapa kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan tingkat profit mendatang, kemudahan pembiayaan ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Putra dan Lestari, 2016). Perusahaan yang besar akan dianggap investor sebagai prospek yang baik pada perusahaan tersebut sehingga akan dapat menaikkan minat investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* merupakan penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. *Leverage* di dalam perusahaan digunakan untuk mengukur aset perusahaan yang diperoleh melalui pendanaan dari luar atau hutang (Nurminda *et al*, 2017). Para pemilik perusahaan lebih suka perusahaan menciptakan hutang pada tingkat tertentu untuk menaikkan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan adanya banyak faktor tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi investor untuk melihat nilai perusahaan bukan hanya apa yang ada di laporan keuangan tetapi melihat faktor-faktor lain yang membentuk nilai perusahaan tersebut.

KAJIAN TEORI

Signalling Theory. Teori ini menjelaskan suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham dan Houston, 2015). Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Trade-off theory adalah teori yang menjelaskan mengenai adanya pertukaran antara keuntungan atau laba yang didapat suatu perusahaan dengan resiko yang akan ditanggung. Terdapat beberapa alasan suatu perusahaan tidak menggunakan hutang sebanyak-banyaknya, salah satu alasannya ialah jika semakin tinggi hutang, maka akan semakin tinggi pula risiko kebangkrutan (Hanafi, 2015). Landasan dari teori ini adalah adanya kesulitan keuangan (Pangestu & LUKman, 2021) *Trade-off theory* disebut sebagai teori pertukaran *leverage* yang menyatakan bahwa perusahaan menukar manfaat pajak dari pendanaan hutang dengan masalah yang ditimbulkan oleh potensi kebangkrutan.

Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh para pemilik saham (Nurmida et al, 2017). Proksi yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah PBV. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan (PBV) menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap modal yang diinvestasikan. Berbeda dengan pandangan dari Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan nilai perusahaan adalah harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Likuiditas merupakan suatu kemampuan dari suatu perusahaan dalam membayarkan kewajiban jangka pendek perusahaan tersebut (Putra dan Lestari, 2016). Berdeda dengan pandangan dari Lumoly, Murni dan Untu (2018) yang mengatakan bahwa likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi pada saat ditagih untuk mempertahankan likuiditasnya. Likuiditas seharusnya menjadi perhatian khusus dan serius pada perusahaan dikarenakan likuiditas sangat berperan penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Investor memandang suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik jika perusahaan tersebut memiliki likuiditas yang baik juga, dan dengan likuiditas yang baik maka investor akan sangat tertarik dan berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Profitabilitas merupakan kemampuan dari suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi nilai profitabilitas maka perusahaan tersebut akan terlihat cukup baik. Hal ini berarti perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam hal menghasilkan laba bersih tahun berjalan (Nurmida et al, 2017). Menurut Putra dan Lestari (2016) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan profitabilitas yang digunakan sebagai ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas yang dipakai adalah *Return On Assets* (ROA). ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan melalui total aktiva, total penjualan, total laba, beban pajak dan lainnya (Brigham dan Houston, 2015). Menurut Suwardika dan Mustanda (2017) ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar bisa menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Berbeda dengan pandangan Novari dan Lestari (2016) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat digambarkan melalui total penjualan, total aktiva, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan.

Leverage merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi utang-utang yang dimiliki perusahaan tersebut. Rasio *leverage* dapat diukur dengan membandingkan antara kewajiban dengan total aset (Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati, 2016). Berbeda dengan pandangan Suwardika dan Mustanda (2017) yang mengatakan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan

baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang.

Kaitan Antar Variabel

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang segera harus dipenuhi atau pada saat ditagih. Semakin tinggi likuiditas maka nilai perusahaan akan semakin tinggi dan sebaliknya jika semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah. Pada umumnya pemasok dan kreditor sangat memperhatikan likuiditas pada perusahaan. Jika nilai perusahaan *liquid* dan dapat dipercaya oleh pihak kreditor maka nilai perusahaan akan meningkat dimata para calon investor. Nilai suatu rasio likuiditas yang positif dapat mempengaruhi pertimbangan pihak eksternal perusahaan dalam melakukan investasi pada perusahaan tersebut, maka dari itu likuiditas mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Lestari (2016). Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumoly, Murni dan Untu (2018) yang menjelaskan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Sudiani dan Darmayanti (2016) yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio keuangan yang dapat digunakan oleh investor sebagai salah satu alat evaluasi untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dalam sebuah perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap mampu mengelola sumber daya yang ada dengan baik, efektif dan efisien. Kondisi tersebut dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Maka dari itu semakin tinggi laba atau profitabilitas suatu perusahaan maka makin besar juga tingkat pengembalian yang didapat oleh investor sehingga nilai perusahaan pun meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Lestari (2016) dan Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati (2016) yang mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Nilai dari ukuran perusahaan yang besar akan membangkitkan minat dari investor dalam mempertimbangkan perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar lebih cenderung mempunyai situasi yang lebih stabil dan terorganisir. Situasi yang stabil dan terorganisir tersebut memiliki nilai yang positif bagi perusahaan karena biasanya investor lebih memilih menanamkan modalnya kepada perusahaan yang stabil dan terorganisir kondisinya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Lestari (2016) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. Penggunaan hutang dapat diartikan investor sebagai kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam melunasi kewajiban perusahaan dimasa depan sehingga hal tersebut mendapat tanggapan positif oleh pasar. Penggunaan hutang oleh perusahaan dapat memotong biaya penghasilan pajak karena biaya yang dikeluarkan perusahaan akan digunakan untuk pembayaran bunga pinjaman. Pengurangan pajak dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga dana yang berlebih dapat dialokasikan untuk pembagian dividen. Perusahaan

yang mampu meningkatkan pembagian dividen kepada investor akan mendapat respon positif sehingga meningkatkan penilaian pasar yang berdampak pada penawaran harga saham di pasar modal semakin meningkat, jadi penggunaan hutang dapat menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati (2016) yang mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) yang mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

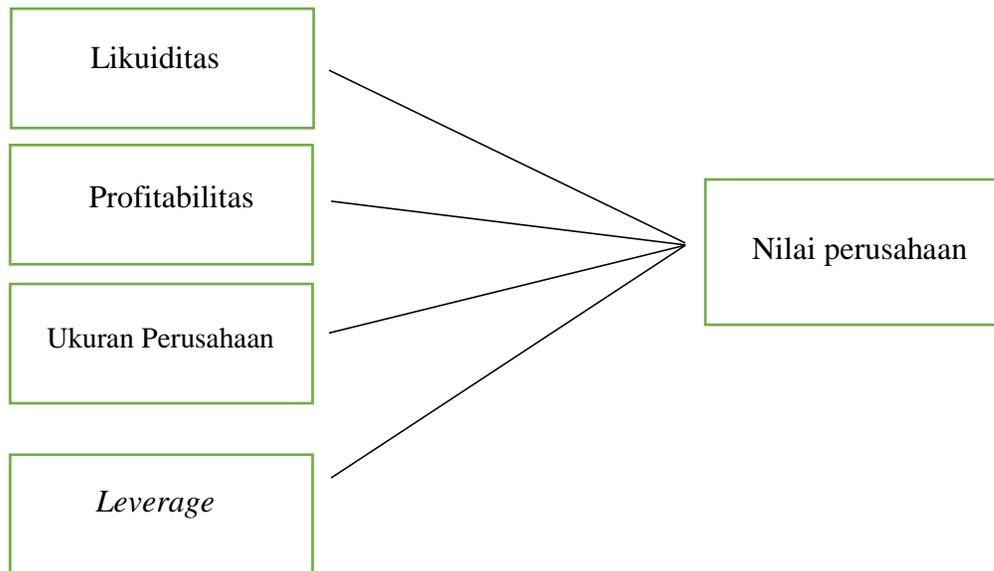
Berdasarkan penelitian, likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Putra dan Lestari, 2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Lumoly, Murni dan Untu, 2018) dan (Oktrima, 2017). Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Sudiani dan Darmayanti (2016) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H1: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Putra dan Lestari, 2016), (Suwardika dan Mustanda, 2017) dan (Novari dan Lestari, 2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati, 2016). H2: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Putra dan Lestari, 2016) dan (Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati, 2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017), (Lumoly, Murni dan Untu, 2018) dan (Hasani, Murni dan Mandagie, 2016). Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Prastuti dan Suidharta (2016) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017) dan (Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati, 2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Nurmida *et al*, 2017) dan (Novari dan Lestari, 2016). H4: *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan 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 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2019. Metode pemilihan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling method*. Objek penelitian ini difokuskan kepada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 yang laporan keuangannya diperoleh dari sumber website resmi BEI (www.idx.co.id). Kriteria pemilihan sampel dari penelitian ini adalah: 1) Perusahaan manufaktur yang secara berturut-turut terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019, 2) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian, 3) Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan tahunannya, 4) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangannya berakhir pada periode 31 Desember. Berdasarkan kriteria tersebut didapat total sampel sebanyak 162 sampel yang berasal dari 54 perusahaan.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$	Rasio	Putra dan Lestari (2016)
Likuiditas	$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$	Rasio	Putra dan Lestari (2016)
Profitabilitas	$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Rasio	Putra dan Lestari (2016)
Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan = $\ln \text{Total Assets}$	Rasio	Putra dan Lestari (2016)
Leverage	$\text{Debt to Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$	Rasio	Khumairoh dkk (2016)

HASIL UJI STATISTIK

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (KS)*, dan dari proses menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,093, yang lebih besar dari 0,05, berarti data terdistribusi secara normal. Hasil uji Multikolinieritas menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* 2,650 (likuiditas), 1,535 (profitabilitas), 1,267 (ukuran perusahaan) dan 2,236 (*leverage*) yang mana koefisien ini berada diantara nilai *tolerance* > 0,10 dan < 10,00, maka model regresi dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Untuk uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*, dan hasil olah menunjukkan nilai *significant* untuk variabel likuiditas sebesar 0,702, variabel profitabilitas sebesar 0,067, untuk variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,304 dan untuk variabel *leverage* sebesar 0,269. Keempat nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Uji Autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson*, dan data yang diolah menghasilkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,912 dimana nilai tersebut lebih besar dari dU (1,794) dan lebih kecil dari 4-dU (2,206) maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

Hasil uji pengaruh (uji t) dilakukan setelah semua uji asumsi klasik memenuhi persyaratan, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.313	1.229		-4.332	.000
	CR	.071	.054	.112	1.316	.190
	ROA	12.782	1.255	.662	10.188	.000
	SIZE	.184	.042	.258	4.369	.000
	DAR	1.107	.455	.191	2.435	.016

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Pengolahan dengan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$PBV = -5,313 + 0,071 CR + 12,782 ROA + 0,184 SIZE + 1,107 DAR + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diuraikan bahwa nilai konstanta (α) adalah sebesar -5,313 yang artinya jika likuiditas (*CR*), profitabilitas (*ROA*), ukuran perusahaan (*SIZE*) serta *leverage* (*DAR*) nilainya tidak ada kenaikan atau nilainya nol, maka nilai perusahaan (*PBV*) nilainya sebesar -5,313. Nilai koefisien regresi likuiditas (*CR*) adalah sebesar 0,071 yang artinya jika likuiditas (*CR*) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,071 satuan. Nilai koefisien regresi profitabilitas (*ROA*) adalah sebesar 12,782 yang artinya jika profitabilitas (*ROA*) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (*PBV*) meningkat sebesar 12,782 satuan. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (*SIZE*) adalah sebesar 0,184 yang artinya jika ukuran perusahaan (*SIZE*) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (*PBV*) meningkat sebesar 0,184 satuan. Nilai koefisien regresi *leverage* (*DAR*) adalah sebesar 1,107 yang artinya jika *leverage* (*DAR*) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (*PBV*) meningkat sebesar 1,107 satuan.

Berdasarkan hasil uji T pada tabel diatas, likuiditas (*CR*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,190, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (*ROA*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien pada profitabilitas menunjukkan nilai 12,782. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (*SIZE*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien pada ukuran perusahaan menunjukkan nilai 0,184. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *leverage* (*DAR*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,016, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien pada *leverage* menunjukkan nilai 1,107. Dapat ditarik

kesimpulan bahwa H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian ini, likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai likuiditas yang tinggi tidak menjamin bahwa perusahaan memiliki harta lancar yang cukup untuk melunasi utang jangka pendek mereka, dan sebaliknya nilai likuiditas yang rendah juga tidak menjamin bahwa perusahaan tidak dapat membayar utang jangka pendeknya mereka.

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena Profitabilitas yang tinggi melambangkan kinerja perusahaan yang semakin baik. Perusahaan dengan kinerja yang baik dilihat melalui perolehan labanya dapat meningkatkan kepercayaan investor yang menginginkan *return* dari investasi yang dilakukan. Calon investor selalu mencari perusahaan dengan kinerja yang baik kemudian akan melakukan kegiatan investasi pada perusahaan tersebut, sehingga kegiatan tersebut dapat meningkatkan persepsi pasar dan nilai perusahaan akan meningkat.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang ukurannya semakin besar akan membuat seorang investor menaruh perhatian yang besar pada perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai kondisi yang semakin baik. Kondisi yang semakin baik itulah dapat membuat investor ingin memiliki saham perusahaan. Tentunya hal tersebut dapat meningkatkan penawaran harga saham di pasaran dan nilai perusahaan pun akan meningkat.

Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena penggunaan hutang dapat diartikan oleh investor sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban masa depannya sehingga hal tersebut mendapat tanggapan positif oleh pasar. Perusahaan yang menggunakan hutang dengan baik dapat memotong biaya penghasilan pajak karena biaya yang dikeluarkan perusahaan akan digunakan untuk pembayaran bunga pinjaman. Dengan adanya pengurangan pajak dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga dana dapat dialokasikan untuk pembagian dividen. Perusahaan yang mampu meningkatkan pembagian dividen kepada investor akan mendapatkan respon positif sehingga penawaran harga saham di pasar modal semakin meningkat dan nilai perusahaan akan meningkat.

KESIMPULAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia (BEI) selama periode 2017-2019, sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh sektor-sektor perusahaan lain yang ada di dunia dan peneliti hanya berfokus kepada variabel likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode waktu yang akan digunakan dalam penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang agar hasil yang didapatkan lebih bisa menggambarkan keadaan yang sebenarnya dan diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian dan tidak hanya berfokus pada perusahaan di sektor manufaktur saja tetapi dapat menambahkan lingkup dan sektor lainnya selain sektor manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

- AA Ngurah Dharma Adi Putra & Putu Vivi Lestari. (2016). Pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen* 5(7), 4044-4070.
- Brigham E. F., dan Houston, J. E. (2015). *Essentials of Financial Management*. Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh M. (2015). *Manajemen Keuangan*. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hasania, Z., Murni, S., & Mandagie, Y. (2016). Pengaruh current ratio, ukuran perusahaan, struktur modal dan ROE terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 133-144.
- Khumairoh, Nawang Kalbuana, dan Henny Mulyati, (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, hal. 71-81.
- Lukman,H., Suhendah., & Evan. (2020). Analysis Corporate Social Responsibility and Environmental Performance Report Forward Financial Performance on Proper Ranking Companies in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 151. P 274-279. Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020).
- Lumoly, Selin, Sri Murni, dan Victoria N. Untu. 2018. Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, ISSN: 2303-1174, Vol 6, No 3, Juli 2018, Hal 1108-1117
- Nurminda, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 542-549.
- Oktrima, B. (2017). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal manajemen keuangan*, 1(1), 98-107.
- Pangestu, H, & Lukman, H (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Firm Value Pada BUMN. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi April 2020 : 508 – 517*.
- Prastuti, R. K. N., & Sudiartha, M. G. I. (2016). Pengaruh struktur modal, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1572-1598.
- Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 5 No. 9 2016.
- Sudiani Ayu Kadek Ni dan Darmayanti Ayu Putu Ni. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 5 No.7. 2016: 4545-4547.
- Suwardika, A. N. I., & Mustanda, K. I. (2017). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248-1277.
- www.idx.co.id