

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Joan Johanes* dan Jonnardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: joanhns1722@gmail.com

Abstract:

This study was conducted to empirically examine the effect of profitability, liquidity, firm size, and leverage on firm value. The sample selected through the simple random sampling method for this study were 35 consumer goods industrial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2016-2020 period. The data used in this study is secondary data obtained from idx.co.id and related company websites. The data were processed using Microsoft Excel 2019 and Econometric Views (EViews) version 12.0 program. The results of this study indicate that profitability and leverage have a significant positive effect on firm value, while liquidity has an insignificant positive effect on firm value, and firm size has a significant negative effect on firm value.

Keywords: Profitability, Liquidity, Firm Size, Leverage, Firm Size

Abstrak:

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti secara empiris mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sampel yang terpilih melalui metode *simple random sampling* untuk penelitian ini adalah 35 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2020. Data yang digunakan penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari idx.co.id dan *website* perusahaan terkait. Data diolah menggunakan program Microsoft Excel 2019 dan Econometric Views (EViews) versi 12.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, adapun ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Perusahaan

Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini memiliki persaingan yang semakin ketat sehingga untuk dapat bertahan dan bersaing dengan para kompetitor, perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya serta memperhatikan kepentingan manajemen dan pemilik modal, juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (Hidayat, 2019). Nilai perusahaan merupakan pandangan investor atas keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaannya. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat memberikan gambaran atas peluang perusahaan dikemudian hari (Yanti &

Darmayanti, 2019). Perusahaan yang mampu mengelola perusahaannya dengan baik sehingga memiliki peluang untuk berkembang di masa depan, akan mempengaruhi tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan yang kemudian menghasilkan peningkatan pada nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari tingginya harga pasar saham perusahaan.

Harga pasar saham perusahaan merupakan salah satu aspek yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dengan melihat perubahan harga pasar saham perusahaan *go public* (Puspitaningtyas, 2017). Nilai perusahaan dengan indikator harga saham, pada umumnya ditentukan oleh dua faktor utama, yakni faktor fundamental dan faktor teknikal. Faktor fundamental memiliki cangkupan yang luas dan sangat kompleks. Faktor ini terdiri dari faktor fundamental mikro dan faktor fundamental makro (Rakhimsyah & Gunawan, 2014 dalam Widayanti & Yadnya, 2020). Faktor fundamental mikro merupakan faktor yang berada dalam lingkup perusahaan sehingga dapat dikendalikan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, faktor fundamental mikro digunakan sebagai variabel independen penelitian ini, dimana variabel tersebut akan diteliti pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut terdiri dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Tingkat profitabilitas yang digunakan sebagai ukuran atas kinerja perusahaan yang didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Peningkatan laba perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor serta menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena dengan meningkatnya laba perusahaan berarti perusahaan memiliki kinerja yang baik (Horne & Wachowicz, 2005 dalam Rudangga & Sudiarta, 2016).

Likuiditas adalah seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendek tepat pada waktunya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan meningkatkan keyakinan kreditur dalam menyediakan dana pinjaman bagi perusahaan karena perusahaan yang semakin likuid berarti memiliki kinerja yang semakin baik. Hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan karena pandangan positif dari kreditur dan calon investor terhadap perusahaan (Chasanah, 2018).

Ukuran perusahaan mencerminkan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan karena dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Ramdhonah, Solikin dan Sari, 2019).

Leverage merupakan gambaran seberapa besar perusahaan menggunakan hutang untuk mendanai perusahaan. Menurut Widayanti dan Yadnya (2020), keputusan dalam penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana tingkat *leverage* yang meningkat akan dipandang positif oleh pasar karena hal ini merupakan indikasi meningkatnya kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang dan risiko yang mungkin timbul dari besarnya hutang tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, nilai perusahaan sangatlah penting bagi perusahaan karena merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan. Oleh sebab itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Kajian Teori

Signaling Theory. Teori ini mengemukakan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada para investor, baik yang telah atau akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Sinyal ini adalah informasi mengenai berbagai hal yang telah dilakukan manajemen perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham (Widayanti & Yadnya, 2020). Menurut Mahardikari (2021), *signaling theory* berhubungan dengan keputusan investor untuk berinvestasi, dimana hal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga akan mendorong perusahaan untuk memberikan sinyal bagi investor. Terdapat dua macam sinyal yang diberikan perusahaan kepada investor, yakni sinyal positif yang merupakan informasi yang menunjukkan adanya peluang yang baik bagi perusahaan di masa depan dan sinyal negatif yang menunjukkan buruknya peluang perusahaan di masa depan (Jogiyanto, 2017).

Agency Theory. Teori ini adalah hubungan antar keagenan dari satu atau lebih pemilik perusahaan yang melibatkan orang lain dalam peran manajerial dengan mendelegasikan beberapa wewenang untuk bertindak sebagai pemilik dalam kepentingan pengambilan keputusan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Mahardikari, 2021). Sistem kepemilikan seperti ini dapat menimbulkan konflik yang disebut *agency conflict*, dimana keputusan yang diambil manajer (*agent*) seringkali tidak sesuai dengan kepentingan pemilik (*principal*). Konflik ini terjadi karena manajer sebagai pihak yang mengelola perusahaan memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan dibandingkan pemilik (Widayanti & Yadnya, 2020). Hal ini menunjukkan pentingnya penyampaian informasi yang merupakan kewajiban manajer kepada pemegang saham, agar pihak eksternal perusahaan dapat menilai perusahaan berdasarkan informasi yang diberikan pihak internal perusahaan.

Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaan secara keseluruhan dari sudut pandang investor. Penilaian investor ini tercermin pada harga pasar saham perusahaan. Menurut Widayanti & Yadnya (2020), setiap investor tentu mengharapkan pengembalian yang tinggi dalam melakukan investasi. Perusahaan yang mampu memaksimalkan tingkat kemakmuran investornya berarti telah memaksimalkan nilai perusahaannya. Menurut Setia (2008 dalam Rudangga & Sudiarta, 2016), semakin tinggi nilai perusahaan yang terlihat dari harga pasar saham perusahaan maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang.

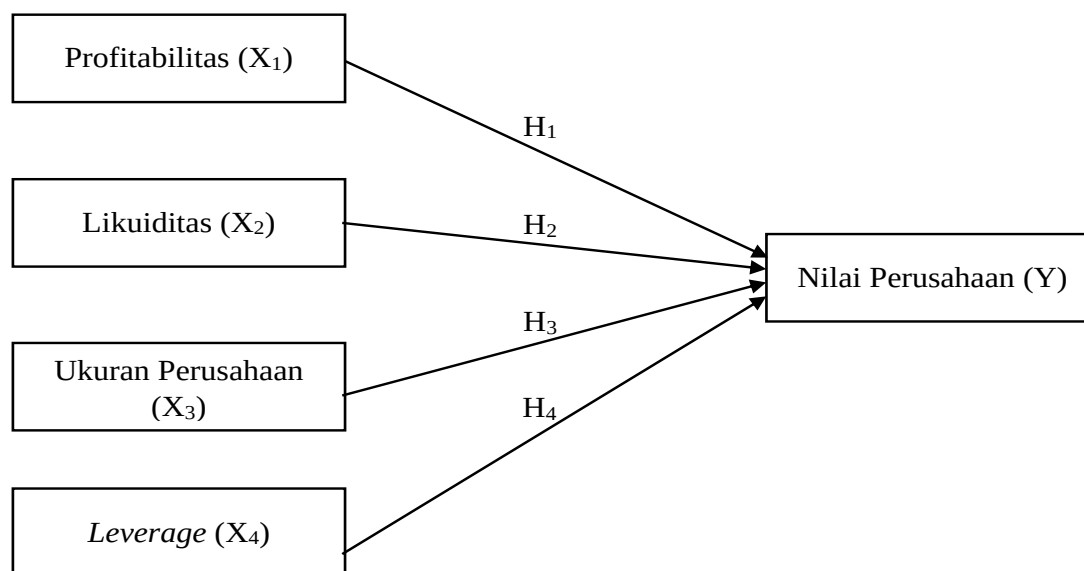
Profitabilitas. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kapabilitas perusahaan menghasilkan laba dengan tingkat penjualan, aset serta modal ekuitas tertentu (Husnan, 2001 dalam Chasanah 2018). Melalui profitabilitas perusahaan, dapat diketahui seberapa efektif perusahaan dalam mengelola usahanya dengan tujuan menghasilkan laba bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang patut diperhatikan perusahaan karena untuk dapat bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis, perusahaan harus berada dalam kondisi yang *profitable*. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk mengelola operasional perusahaan secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba. Menurut Yanti & Darmayanti (2019), hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan penilaian investor atas kinerja perusahaan yang baik.

Likuiditas. Menurut Wiagustini (2010 dalam Mahardikari, 2021), likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar. Likuiditas dapat menggambarkan kapabilitas perusahaan dalam membayar dan memenuhi kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan tepat waktu (Kasmir, 2016). Likuiditas yang tinggi merupakan gambaran atas kinerja perusahaan yang baik, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019).

Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan adalah gambaran dari besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan keseluruhan aset yang dimilikinya (Ramdhonah, Solikin dan Sari, 2019). Terdapat dua jenis perusahaan berdasarkan ukurannya, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan berskala kecil memiliki rentang saham yang sempit karena ruang lingkup penyebaran saham yang kecil. Perusahaan berskala besar memiliki rentang saham yang luas, namun hal ini menyebabkan kurangnya kendali atas saham perusahaan karena saham dapat dikuasai oleh pihak tertentu (Brealey & Myers dalam Ramdhonah, Solikin & Sari, 2019).

Leverage. Menurut Sutama & Lisa (2018), *leverage* adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan hutang dalam mendanai perusahaan. Manajer bertanggung jawab atas segala keputusan sumber pendanaan perusahaan. Oleh sebab itu, manajer harus mempertimbangkan secara cermat mengenai risiko dan keuntungan yang didapati sebelum mengambil keputusan mengenai sumber pendanaan yang akan digunakan karena dana tersebut digunakan oleh perusahaan untuk membiayai investasinya (Hidayat, 2019).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut Sekaran dan Bougie (2017), penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang dapat memberikan gambaran spesifik mengenai karakteristik dari fenomena yang diteliti. Tujuan dilakukannya penelitian deskriptif adalah untuk mengamati dan memperoleh gambaran mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini digunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pada periode akhir tahun, dimana data ini diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (idx.co.id) dan *website* perusahaan terkait. Data tersebut diolah menggunakan program *Microsoft Excel* 2019 dan *Econometric Views (EViews)* versi 12.0.

Objek penelitian ini adalah nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Adapun subjek penelitian ini, yaitu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2020. Terdapat 38 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2020 yang digunakan sebagai populasi penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, dimana sampel diambil secara acak dari populasi sehingga menghasilkan asumsi bahwa seluruh populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan 95% untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini. Berikut merupakan perhitungan ukuran sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{38}{1 + 38(0.05^2)}$$

$$n = 34.7032$$

$$n = 35$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan penelitian ini adalah 35 perusahaan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu lima tahun, sehingga keseluruhan data yang digunakan adalah 175 data. Variabel operasional dan pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Ukuran	Skala
Nilai Perusahaan	$\frac{\text{Market Value Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$	Rasio
Profitabilitas	$\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$	Rasio

Variabel	Ukuran	Skala
Likuiditas	$\frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	$\ln(\text{Total Assets})$	Rasio
Leverage	$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equities}}$	Rasio

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Data sampel penelitian ini diuji melalui uji statistik deskriptif, uji *chow*, uji *hausman* dan analisis regresi linear berganda, kemudian dalam pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi simultan (uji statistik *F*), dan uji signifikansi parameter individual (uji statistik *t*).

Hasil dan Pembahasan

Uji Statistik Deskriptif. Tujuan dilakukannya uji statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran umum berupa nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, serta standar deviasi dari setiap variabel yang digunakan. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif penelitian ini, diperoleh gambaran mengenai nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* dari 175 data yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai perusahaan (PBV) yang merupakan variabel dependen penelitian ini memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2.933231, nilai maksimum sebesar 30.16822, nilai minimum sebesar -0.457616, dan standar deviasi sebesar 4.654496. Adapun hasil uji statistik deskriptif untuk variabel independen penelitian ini, yaitu profitabilitas (ROE) memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.129242, nilai maksimum sebesar 2.244585, nilai minimum sebesar -0.684485, dan nilai standar deviasi sebesar 0.310104. Likuiditas (CR) memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2.780115, nilai maksimum sebesar 10.25243, nilai minimum sebesar 0.152375, dan nilai standar deviasi sebesar 1.927482. Ukuran perusahaan (SIZE) memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28.67935, nilai maksimum sebesar 32.72561, nilai minimum sebesar 25.66354, dan nilai standar deviasi sebesar 1.593766. *Leverage* (DER) memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.746335, nilai maksimum sebesar 5.370085, nilai minimum sebesar -2.127341, dan nilai standar deviasi sebesar 0.717223.

Uji Chow. Uji *chow* merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan antara *common effect model* atau *fixed effect model* yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel. Hasil uji *chow* disimpulkan dari nilai profitabilitas pada *cross-section F*. Berdasarkan uji *chow* yang telah dilakukan, diperoleh nilai probabilitas pada *cross-section F* sebesar 0.0000. Nilai ini menunjukkan bahwa *fixed effect model* adalah model yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel penelitian ini dan perlu dilakukan pengujian selanjutnya, yaitu uji *hausman*.

Uji Hausman. Uji *hausman* merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan antara *fixed effect model* atau *random effect model* yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel. Hasil uji *hausman* disimpulkan dari nilai profitabilitas pada *-cross-section random*. Berdasarkan hasil uji *hausman*, diketahui nilai probabilitas pada *cross-section random* adalah sebesar 0.0000. Hasil ini menunjukkan bahwa *fixed effect model* merupakan model yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel.

Jadi, model yang digunakan untuk mengestimasi data panel penelitian ini adalah *fixed effect model*.

Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Variabel independen penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*, sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan, persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 63.86489Y + 1.640189X_1 + 0.204218X_2 - 2.171801X_3 + 0.769711X_4 + e$$

Persamaan diatas menunjukkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap variabel dependen, yakni nilai perusahaan. Persamaan diatas menunjukkan nilai konstanta (α) dalam penelitian ini adalah sebesar 63.86489. Hal ini berarti ketika variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* serta *error* memiliki nilai 0 (nol), maka nilai dari nilai perusahaan adalah sebesar 63.86489.

Hasil pengolahan data pada tabel 4 menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1.640189. Nilai positif dari koefisien regresi menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan setiap kenaikan nilai profitabilitas sebesar satu (1) satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai dari nilai perusahaan akan naik sebesar 1.640189 satuan. Sebaliknya, jika nilai profitabilitas mengalami penurunan sebesar satu (1) satuan, maka nilai dari nilai perusahaan akan turun sebesar 1.640189.

Likuiditas (CR) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.204218. Hasil ini menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan setiap kenaikan nilai likuiditas sebesar satu (1) satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai dari nilai perusahaan akan naik sebesar 0.204218 satuan. Sebaliknya, jika nilai likuiditas mengalami penurunan sebesar satu (1) satuan, maka nilai dari nilai perusahaan akan turun sebesar 0.204218.

Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (SIZE) adalah -2.171801. Nilai negatif dari koefisien regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan setiap kenaikan nilai ukuran perusahaan sebesar satu (1) satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai dari nilai perusahaan akan turun sebesar 2.171801 satuan. Sebaliknya, jika nilai likuiditas mengalami penurunan sebesar satu (1) satuan, maka nilai dari nilai perusahaan akan naik sebesar 2.171801.

Adapun nilai koefisien regresi *leverage* (DER), yaitu sebesar 0.769711. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan setiap kenaikan nilai *leverage* sebesar satu (1) satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai dari nilai perusahaan akan naik sebesar 0.769711 satuan. Sebaliknya, jika nilai *leverage* mengalami penurunan sebesar satu (1) satuan, maka nilai dari nilai perusahaan akan turun sebesar 0.769711.

Uji Koefisien Determinasi (R^2). Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen, yaitu profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* dalam menjelaskan variabel independen

penelitian ini, yaitu nilai perusahaan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dilihat dari nilai *Adjusted R-Squared*. Besarnya nilai *adjusted R-squared* penelitian ini adalah 0.898828. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel independen penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 0.898828 atau 89.88% dan 10.12% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F). Tujuan dilakukannya uji signifikansi simultan (uji statistik F) dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dalam penelitian ini, yaitu profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Hasil uji statistik F dilihat dari nilai *Prob (F-statistic)* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0.05$). Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji statistik F) yang telah dilakukan, nilai *Prob (F-statistic)* penelitian ini adalah 0.000000. Nilai ini lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan dapat digunakan untuk memprediksi.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t). Dalam penelitian ini, uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) dilakukan untuk mengetahui apakah satu variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen penelitian. Hasil uji statistik t dilihat dari nilai *Prob* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	63.86489	14.72546	4.337039	0.0000
X1_ROE	1.640189	0.517562	3.169069	0.0019
X2_CR	0.204218	0.150729	1.354867	0.1777
X3_SIZE	-2.171801	0.515834	-4.210275	0.0000
X4_DER	0.769711	0.282444	2.725182	0.0073

Sumber: Hasil pengolahan data *EViews* versi 12.0

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) pada tabel 7 diatas, dapat diketahui signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel independen tersebut terdiri dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *leverage*.

Profitabilitas (ROE) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0019, dimana nilai ini berarti H_1 dalam penelitian ini diterima karena nilai signifikansi profitabilitas lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai signifikansi likuiditas (CR) adalah sebesar 0.1777. Nilai ini lebih besar dari 0.05, berarti H_2 dalam penelitian ini ditolak. Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0000. Nilai signifikansi ini menunjukkan bahwa H_3 dalam penelitian ini diterima karena nilai ini

lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai signifikansi *Leverage* (DER) adalah sebesar 0.0073. Nilai signifikansi yang kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa H_4 dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Diskusi

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardikari (2021) serta Widayanti dan Yadnya (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai. Namun, hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardila (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh Sondakh (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang oleh Husna dan Satria (2019) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardikari (2021) serta Yanti dan Darmayanti (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang diukur dengan rumus *log natural* (*total assets*) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah, Solikin dan Sari (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Darmayanti (2019) serta Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2018) serta Hidayat (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widayanti dan Yadnya (2020) serta Utama dan Lisa (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardikari (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penutup

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk meneliti secara empiris mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai

perusahaan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan dimana penelitian ini terbatas dalam kurun waktu 5 tahun, yaitu periode 2016-2020. Hal ini membuat gambaran keadaan yang disajikan dalam penelitian ini menjadi terbatas. Sampel penelitian ini terbatas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga penelitian ini tidak dapat digunakan sebagai gambaran nilai perusahaan sector lain. Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Namun, masih terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan keterbatasan diatas, terdapat beberapa saran. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel, sektor serta periode waktu yang digunakan dalam penelitian guna memperluas penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Bagi perusahaan, dapat menggunakan penelitian ini untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menganalisis aspek yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga membantu investor sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Ardila, I. (2017). Pengaruh profitabilitas dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 1(1), 21-30.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Fundamentals of Financial Management, concise 8th edition*. Mason, OH: South-Western, Cengage Learning.
- Chasanah, A. N. (2018). Pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39-47.
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, return on equity dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia. *In Forum Ekonomi* (Vol. 21, No. 1, pp. 67-75).
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of return on asset, debt to asset ratio, current ratio, firm size, and dividend payout ratio on firm value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50.
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kesebelas*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mahardikari, A. K. W. (2021). Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy, Firm Size, dan Firm Growth terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2).
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Is Financial Performance Reflected in Stock Prices? *Advances in Economics, Business and Management Research*, 40(1), 17–28.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67-82.

- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(5), 4394-4422.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sondakh, R. (2019). The effect of dividend policy, liquidity, profitability and firm size on firm value in financial service sector industries listed in Indonesia stock exchange 2015-2018 period. *Accountability*, 8(2), 91-101.
- Sutama, D., & Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 21-39.
- Widayanti, L. P. P. A., & Yadnya, I. P. (2020). Leverage, Profitabilitas, Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 737-757.
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297-2324.