

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN *REAL ESTATE*
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2022)**

Reggina Angela Moniaga* dan Hendang Tanusdjaja

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: reggina.125190077@stu.untar.ac.id

Abstract:

The purpose of this research is to empirically prove the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value. The purposive sampling method was used to collect data in this study. In this study, the subjects used were property and real estate sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 period. Secondary data was used in this study with a total sample of 32 companies and 128 sample data. This study uses the SPSS 26 program for data processing. From the results obtained in this study, the two independent variables namely profitability and leverage have a significant positive effect on firm value. Meanwhile, firm size has no significant negative effect on firm value.

Keywords: *Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value*

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Digunakan metode *purposive sampling* untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Pada penelitian ini subjek yang digunakan adalah perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Digunakan data sekunder pada penelitian ini dengan jumlah sampel 32 perusahaan serta 128 data sampel. Penelitian ini menggunakan program SPSS 26 untuk pengolahan data. Dari hasil yang didapatkan pada penelitian ini, kedua variabel independen yaitu profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

Pendahuluan

Keadaan ekonomi dalam masa ini telah terbentuk persaingan yang kuat antar perusahaan, karena hal itu para perusahaan semakin berusaha dalam peningkatan kinerja perusahaan supaya tujuan perusahaannya dapat tercapai. Perusahaan yang telah *go public* tentunya memiliki tujuan utama yaitu dapat memberikan peningkatan kesejahteraan serta kemakmuran bagi pemilik dan pemegang saham dengan peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tentunya memiliki peran yang krusial dalam perusahaan karena perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik akan

mendapatkan posisi tersendiri pada lingkungan bisnis. Tingkat kesuksesan suatu perusahaan dapat diukur dan dilihat dari nilai perusahaan itu sendiri, karena nilai perusahaan merupakan informasi yang penting bagi para investor bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang tinggi. Nilai perusahaan juga dapat diukur serta dinilai dari tinggi atau rendahnya saham yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat memiliki arti nilai jual bisnis sebagai perusahaan yang aktif. Nilai perusahaan yang semakin tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki performa yang baik serta peluang masa depan yang baik juga yang dapat dipercaya oleh para penanam modal untuk menarik mereka menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Meningkatnya nilai perusahaan juga menjadi suatu pencapaian bagi perusahaan tersebut, karena dengan peningkatan nilai perusahaan, para pemilik tentunya juga akan mendapatkan peningkatan kesejahteraan. Besarnya nilai perusahaan juga dapat digambarkan dari harga saham perusahaan tersebut pada pasar modal, dengan banyaknya penanam modal yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut akan menaikkan nilai saham perusahaan itu sendiri.

Harga saham perusahaan bukan menjadi indikator satu-satunya dalam mengukur nilai perusahaan tersebut, nilai perusahaan dapat diukur tinggi dan rendahnya dengan berbagai metode, salah satu alat ukur yang dapat digunakan adalah *Price to Book Value (PBV)*. Rasio ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur nilai harga saham perusahaan tersebut apakah berada di atas harga wajar atau di bawah harga wajar.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaan dengan baik agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengambil suatu keputusan dalam melakukan investasi.

Kajian Teori

Signalling Theory. Suatu perilaku yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam pemberian informasi untuk penanam modal mengenai pandangan manajemen pada peluang perusahaan untuk masa yang akan mendatang. Jika hasil dari informasi yang diberikan tersebut bersifat positif maka besar kemungkinan bahwa pasar modal akan memberikan reaksi yang baik dan akan terjadi perubahan pada besarnya perdagangan saham yang akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan. Sinyal adalah suatu langkah yang diambil oleh pihak manajemen, langkah tersebut memberi isyarat bagi para penanam modal mengenai cara manajemen dalam melihat sebuah peluang perusahaan. Teori sinyal memberikan penjelasan bahwa perusahaan dengan nilai yang tinggi dan perusahaan dengan nilai yang rendah dapat dibedakan oleh para penanam modal.

Agency Theory. Hubungan keagenan dapat terjadi ketika satu atau lebih prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai *agent*, untuk melaksanakan sejumlah pelayanan serta memberikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Fundamental dari teori keagenan adalah terjadinya kaitan kerja antara prinsipal yang memberikan kuasa serta agen yang menjadi penerima kuasa. Jika pihak-pihak yang bersangkutan memiliki tujuan yang berbeda, hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah. Dalam hal itu, tidak jarang terjadi konflik keagenan antara prinsipal dan *agent*. Teori keagenan ini berhubungan dengan sikap menjaga kepentingan diri sendiri dibandingkan dengan kepentingan orang lain. Jika terjadi konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* maka akan berpengaruh pada

menurunnya nilai perusahaan. Maka dari itu kualitas audit sangat diperlukan dalam menjaga *asset* perusahaan sehingga nilai perusahaan akan menjadi baik.

Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai jual suatu perusahaan yang dianggap pantas oleh para penanam modal untuk menyertakan modal pada perusahaan tersebut apabila perusahaan itu akan dilikuidasi. Kepercayaan penanam modal terhadap performa perusahaan pada masa ini dan pada kemungkinan kemajuan sebuah perusahaan pada masa yang akan datang dapat terbangun dari nilai perusahaan yang tinggi karena hal tersebut yang biasanya dilihat oleh para penanam modal dalam berinvestasi. Nilai perusahaan menggambarkan bagaimana kualitas manajemen perusahaan jika dinilai dari sisi pengelolaan keuangan, serta bagaimana perusahaan dalam menggunakan *asset* dan modal yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal.

Profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara komprehensif, mentransformasi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai dari suksesnya perusahaan serta kemampuan dalam penggunaan aktivitya secara produktif. Profitabilitas dapat dipakai sebagai alat ukur tingkat kemampuan manajemen secara menyeluruh yang digambarkan oleh tinggi atau rendahnya margin yang didapatkan dalam pengaruhnya dengan penjualan ataupun investasi. Profitabilitas adalah suatu faktor yang digunakan dalam mengukur nilai dan kemampuan suatu perusahaan dengan menggambarkan keuntungan yang telah didapatkan oleh perusahaan tersebut. Maka dari itu, jika laba yang diperoleh semakin tinggi maka dapat diartikan bahwa semakin baik kemampuan serta nilai perusahaan tersebut namun sebaliknya apabila keuntungan yang diperoleh perusahaan kian menurun maka kemampuan dan nilai perusahaan tersebut juga akan mengalami penurunan, tentunya hal itu akan mempengaruhi nilai yang diberikan masyarakat kepada perusahaan tersebut.

Leverage. *Leverage* menggambarkan tingkat hutang dalam suatu perusahaan yang dapat dijadikan sebagai pengganti kas. *Leverage* juga menggambarkan seberapa jauh aktiva perusahaan dibayar dari hutangnya. Pemakaian hutang yang terlalu besar akan membuat perusahaan berada pada keadaan yang bahaya karena perusahaan akan berada dalam golongan *extreme leverage*, yaitu perusahaan terperangkap dalam kadar hutang yang tinggi serta akan mengalami kesulitan dalam melepaskan beban hutang tersebut. *Leverage* harus digunakan dengan efektif agar dapat membantu perusahaan untuk menyelamatkan diri dari kegagalan, namun *leverage* juga dapat menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan jika dikelola dengan tidak efektif karena perusahaan akan mengalami kesulitan dalam membayar hutang-hutang tersebut. *Leverage* adalah jumlah hutang atau penggunaan dana yang dipakai oleh perusahaan untuk dapat membiayai atau membeli *asset* perusahaan, yang dipergunakan untuk meningkatkan *return* atau membuat keuntungan bisnis dapat semakin maksimal.

Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dijelaskan dengan total *asset* atau total penjualan bersih. Ukuran perusahaan menjadi salah satu petunjuk yang dipakai oleh penanam modal dalam penilaian *asset* serta kemampuan perusahaan. Perusahaan yang tergolong dalam kategori besar mampu mendapatkan peluang yang lebih besar terhadap pasar modal serta tingkat kredibilitas yang tinggi, dengan demikian perusahaan besar akan cenderung lebih memanfaatkan pendanaan eksternal seperti hutang dan saham daripada kas. Kemampuan perusahaan dalam menghadapi risiko yang dapat muncul dari berbagai

situasi dapat terpengaruh oleh besar kecilnya ukuran perusahaan tersebut, karena umumnya risiko bagi perusahaan yang berukuran besar akan lebih rendah jika dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Kaitan Antar Variabel

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Rekno Agustina, Kartika Hendra Ts, dan Endang Masitoh (2020) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang mampu memperoleh laba yang semakin besar tentunya akan semakin baik bagi nilai perusahaan karena dengan keuntungan yang besar tersebut perusahaan akan dapat lebih mudah untuk membiayai pendanaan dan hutang perusahaan. Sehingga perusahaan yang telah mempunyai kesan yang bagus, akan menarik para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Sedangkan hal tersebut tidak sejalan dengan Siti Wulandari, Endang Masitoh, dan Purnama Siddi (2021) yang membuktikan jika profitabilitas memiliki pengaruh secara signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, serta penelitian Ramsa Satria Bagaskara *et al.* (2021), Bambang Tri Wicaksono dan Ika Rosyada Fitriati (2022) dan Ahmad Syahrizal *et al.* yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. Dedi Rossidi Utama dan Erna Lisa (2018) menunjukkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan karena nilai *leverage* yang besar akan memberikan peningkatan bagi nilai perusahaan dan begitupun sebaliknya, nilai *leverage* yang besar akan menjadi indikator yang baik bagi peluang perusahaan untuk menarik para penanam modal untuk turut serta menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Peningkatan penanaman modal yang dilakukan akan menimbulkan peningkatan pada nilai perusahaan tersebut. Nilai *leverage* yang besar akan bermanfaat bagi perusahaan dalam memperoleh *profit* yang lebih besar dengan cara pemakaian modal yang bersumber dari hutang atau aset yang dibayar menggunakan hutang, sehingga perusahaan dapat semaksimal mungkin dalam menjalani usahanya serta dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Sedangkan hal tersebut tidak sejalan dengan Mega Putri Utami *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, serta penelitian yang dilakukan oleh Melati Efesia Putri dan Sunarto (2022) yang membuktikan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Jove Vernando dan Teguh Erawati (2020) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang lebih besar, pada umumnya lebih dikenal oleh banyak orang. Hal tersebut menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kepercayaan para investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut serta meningkatkan ketertarikan para penanam modal untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut yang tentunya hal itu akan membuat peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga merupakan gambaran pembuktian kesuksesan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasi perusahaan tersebut yang tentunya akan menaikkan nilai perusahaan itu sendiri. Sedangkan hal tersebut tidak sejalan dengan Ahmad Syahrizal *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, serta penelitian yang dilakukan oleh Rafi Duma Putra dan Rilla Gantino (2021) yang

membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Mengacu pada penelitian yang telah dilaksanakan oleh Rekno Agustina *et al.* (2020), Sandy Jaya (2020) menunjukkan hasil yaitu profitabilitas mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil itu tidak sejalan dengan Siti Wulandari *et al.* (2021) yang mendapatkan hasil yaitu profitabilitas mempunyai pengaruh secara negatif serta signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara itu Ramsa Satria Bagaskara *et al.* (2021) membuktikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha₁: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

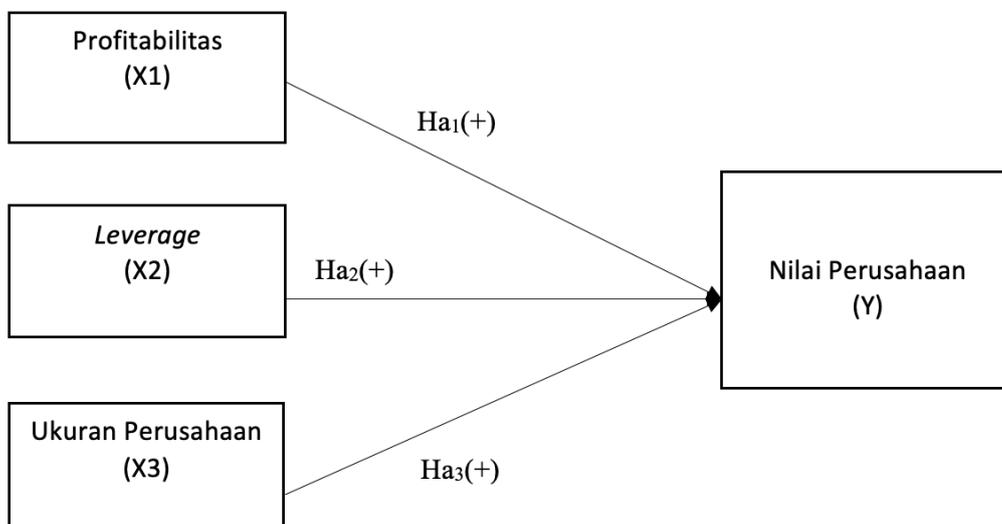
Penelitian oleh Dedi Rossidi Utama dan Erna Lisa (2018), dan Farhana Nadhilah *et al.* (2022) mendapatkan hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan hasil itu tidak sama dengan penelitian Mega Putri Utami *et al.* (2022) yang menunjukkan hasil yaitu terdapat pengaruh secara negatif serta signifikan pada *leverage* terhadap nilai perusahaan, namun hasil yang berbeda dibuktikan oleh Melati Efesia Putri dan Sunarto (2022) yang membuktikan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha₂: *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

Jove Vernando dan Teguh Erawati (2020), Mega Utami Putri *et al.* (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan Ahmad Syahrizal *et al.* (2022), Siti Wulandari *et al.* (2021) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana hasil yang tidak sama ditunjukkan oleh Rafi Dima Putra dan Rilla Gantino (2021), serta Sandy Jaya (2020) bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha₃: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

Kerangka pemikiran pada penelitian ini dirumuskan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Metodologi

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Kriteria-kriteria tersebut adalah: 1) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. 2) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang tidak disuspensi selama periode 2019-2022. 3) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2019-2022. 4) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah. Jumlah perusahaan yang telah sesuai dengan kriteria-kriteria tersebut yaitu sebanyak 54 perusahaan dengan 216 sampel data. Namun data tersebut dilakukan *outlier* dan terkumpul 32 perusahaan dengan 128 sampel data yang akan digunakan pada penelitian ini.

Variabel operasionalisasi serta alat ukur yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

Tabel 1. Variabel Operasionalisasi dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$	Rasio
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Rasio
<i>Leverage</i>	$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	$SIZE = \text{Ln}(\text{Total Assets})$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji statistic deskriptif adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui analisa data kuantitatif secara deskriptif. Tujuan dari uji statistic deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penjelasan mengenai data perusahaan yang diteliti. Penyajian data uji statistic deskriptif dapat dilihat melalui nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hasil dari uji statistic deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) dari profitabilitas adalah 0,0157705 serta nilai standar deviasi yaitu 0,06221535. Nilai maksimum diperoleh PT Lippo Cikarang Tbk (LPCK) pada tahun 2020 yaitu sebesar 0,37516 dan nilai minimumnya dimiliki PT Lippo Karawaci Tbk (LPKR) pada tahun 2020 yakni sebesar -0,18581. Nilai rata-rata (*mean*) dari *leverage* adalah 0,8078309 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,76286868. Nilai tertinggi didapatkan

oleh PT PP Properti Tbk (PPRO) pada tahun 2022 yaitu sebesar 3,78821 dan nilai terendahnya yaitu 0,01268 yang diperoleh PT Star Pacific Tbk (LPLI) pada tahun 2021. Nilai rata-rata (*mean*) dari ukuran perusahaan (*firm size*) adalah 29,4172580 dengan nilai standar deviasi yakni 1,42653448. Nilai tertinggi ukuran perusahaan diperoleh PT Bumi Serpong Damai Tbk (BSDE) pada tahun 2022 yaitu sebesar 31,80540 dan nilai terendah dimiliki oleh PT Bekasi Asri Pemula Tbk (BAPA) pada tahun 2022 yakni sebesar 25,63175. Nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,4903342 dan nilai standar deviasi yaitu 0,26560702. Nilai maksimum diperoleh PT PP Properti Tbk (PPRO) pada tahun 2020 sebesar 1,27580 dan nilai minimumnya yaitu 0,13458 yang dimiliki PT Star Pacific Tbk (LPLI) pada tahun 2020.

Uji F (ANOVA) merupakan pengujian yang bersifat keseluruhan dan bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan atau simultan. Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai Sig. F adalah sebesar 0,001 yang menunjukkan bahwa hasil Uji F < 0,05 dan dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan (*firm value*) sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.

Uji koefisien determinasi berganda (*Adjusted R-Squared*) adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, serta untuk mengetahui besarnya kapasitas variabel independen dalam mendefinisikan variabel dependen penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi berganda (*Adjusted R-Squared*) menunjukkan hasil dari R² adalah sebesar 0,107 yang jika diubah kedalam bentuk persentase adalah sebesar 10,7%. Hasil tersebut menggambarkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan nilai perusahaan sebesar 10,7% dan sisanya yaitu 89,3% adalah pengaruh dari variabel independen lain selain pada penelitian ini.

Uji analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji analisis regresi linear berganda:

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,800	,537		1,491	,138
	X1 PROFITABILITY	,953	,463	,168	2,061	,041
	X2 LEVERAGE	,081	,039	,172	2,083	,039
	X3 FIRM SIZE	-,009	,019	-,041	-,494	,622

a. Dependent Variable: Y FIRM VALUE

Maka dapat diketahui bahwa model persamaan regresi linear dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = 0,800 + 0,953 \text{ ROA} + 0,081 \text{ DER} - 0,009 \text{ SIZE} + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda yang telah dirumuskan diatas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini nilai perusahaan (Y) memiliki nilai sebesar 0,800 jika profitabilitas (X1), *leverage* (X2), dan ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai nol. Nilai koefisien regresi untuk profitabilitas (X1) yaitu sebesar 0,953 yang dapat diartikan bahwa jika profitabilitas (X1) naik sebesar satu (1) satuan maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,953 dengan asumsi bahwa *leverage* (X2), dan ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai konstan. Nilai positif menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif antara profitabilitas (X1) dengan nilai perusahaan (Y). Nilai koefisien regresi untuk *leverage* (X2) adalah sebesar 0,081 yang dapat diartikan bahwa jika *leverage* (X2) naik sebesar satu (1) satuan maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,081 dengan asumsi bahwa profitabilitas (X1), dan ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai konstan. Nilai positif menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif antara *leverage* (X2) dengan nilai perusahaan (Y). Nilai koefisien regresi untuk ukuran perusahaan (X3) adalah sebesar -0,009 yang dapat diartikan bahwa jika ukuran perusahaan (X3) naik sebesar satu (1) satuan maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,009 dengan asumsi bahwa profitabilitas (X1), dan *leverage* (X2) memiliki nilai konstan. Nilai negative menunjukkan bahwa terjadi hubungan *negative* atau tidak sejalan antara ukuran perusahaan (X3) dengan nilai perusahaan (Y).

Uji T adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan bagaimana kuatnya pengaruh suatu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 dengan tingkat keyakinan 95%. Hasil dari nilai probabilitas dalam pengujian ini akan menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen atau tidak memiliki pengaruh. Jika nilai probabilitas hasil uji T < 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, namun jika nilai probabilitas hasil uji T > 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji T menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai probabilitas sebesar 0,041 (0,041 < 0,05) hal tersebut dapat diartikan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan nilai koefisien regresi profitabilitas adalah 0,953, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka Ha₁ diterima. Variabel *leverage* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,039 (0,039 < 0,05) hal tersebut dapat diartikan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi *leverage* adalah 0,081, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dari itu Ha₂ diterima. Variabel terakhir yaitu ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,622 (0,622 > 0,05) hal tersebut dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan adalah -0,009, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dan *negative* terhadap nilai perusahaan, maka Ha₃ ditolak.

Diskusi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai probabilitas yang lebih rendah dari taraf signifikansi serta nilai koefisien regresi yang bersifat positif, maka berarti profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H_{a1}) diterima. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut dimana akan terjadi peningkatan harga saham perusahaan yang tentunya akan membuat nilai perusahaan juga mengalami peningkatan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rekno Agustina *et al.* (2020), Sandy Jaya (2020).

Leverage memiliki nilai probabilitas yang lebih rendah dari taraf signifikansi dan nilai koefisien regresi yang bersifat positif, maka berarti *leverage* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H_{a2}) diterima. Hal tersebut dikarenakan nilai *leverage* yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar melalui penggunaan modal yang bersumber dari hutang perusahaan atau menggunakan aset yang dimiliki perusahaan yang dibayarkan dari hutang perusahaan. Dengan cara tersebut perusahaan dapat semaksimal mungkin dalam menjalani usahanya sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Keuntungan perusahaan yang besar akan menarik para penanam modal untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan menaikkan nilai perusahaan tersebut. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dedi Rossidi Utama dan Erna Lisa (2018), Farhana Nadhilah *et al.* (2022).

Ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas yang lebih tinggi dari taraf signifikansi dan nilai koefisien regresi yang bersifat *negative*, maka berarti ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan dan *negative* terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_{a3}) ditolak. Hal tersebut dikarenakan jumlah aset perusahaan dapat mempersulit perusahaan dalam masalah pendanaan yang digunakan dalam aktivitas usaha perusahaan. Jumlah aset yang besar dalam perusahaan kemungkinan terjadi karena bertambahnya hutang perusahaan tersebut, dan hal itu dapat membuat penurunan nilai perusahaan. Hal lain yang membuat ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah karena para investor cenderung berinvestasi pada perusahaan dengan melihat faktor-faktor lain dari perusahaan tersebut selain dari ukuran perusahaannya ataupun total aset perusahaan yang merupakan proksi dari ukuran perusahaan. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jove Vernando dan Teguh Erawati (2020), Ramsa Satria Bagaskara *et al.* (2021).

Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah periode yang digunakan relatif singkat yaitu hanya menggunakan data selama 4 tahun (2019-2022), penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan (*firm size*) serta satu variabel dependen yaitu nilai perusahaan (*firm value*), sampel data yang digunakan dalam penelitian ini hanya didapatkan dari perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tidak meneliti lebih lanjut pada sektor-sektor perusahaan lainnya.

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah penelitian selanjutnya dapat menggunakan periode penelitian lebih dari empat tahun dengan tujuan agar

cakupan penelitian yang dilakukan dapat lebih luas, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen selain yang dipakai pada penelitian ini, penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas sampel perusahaan dengan memperluas sektor perusahaan yang diteliti.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Agustina, R., Titisari, K. H., & Masitoh, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Gcg terhadap *Firm Value*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 179-182.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *FORUM EKONOMI*, 23(1), 29-38.
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*) Pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 38-44.
- Maulida, A., & Karak, M. E. (2021). *THE EFFECT OF COMPANY SIZE, LEVERAGE, PROFITABILITY AND DIVIDEND POLICY ON COMPANY VALUE ON MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) FOR THE 2014-2018 PERIOD*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), 684-691.
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan . *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2), 174-185.
- Putri, M. E., & Sunarto. (2022). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* , 5(1), 246-256.
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). PENGARUH *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI INDONESIA. . *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1-9.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). PENGARUH *LEVERAGE* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(1), 21-39.
- Syahrizal, A., Anita, E., & Anik. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* di Indonesia Sharia Stock Index 2016-2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 848-861.
- Utami, M. P., Octaviani, S., & Haryadi, E. (2021). PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP *FIRM VALUE*. *LAWSUIT Jurnal Perpajakan*, 1(2), 109-121.
- Vernando, J., & Erawati, T. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI EMPIRIS DI BEI. *JRMB*, 15(1), 13-25.

- Wicaksono, B. T., & Fitriati, I. R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 989-999.
- Wulandari, S., W, E. M., & Siddi, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan. *AKUNTABEL*, 18(4), 753-761.