

# Pengaruh *Firm Size*, Likuiditas, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Ferdila<sup>1</sup>, Ita Mustika<sup>2</sup>, Sri Martina<sup>3\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Ibnu Sina, <sup>3</sup>Universitas Simalungun

<sup>1</sup>[ferdilla@uis.ac.id](mailto:ferdilla@uis.ac.id), <sup>2</sup>[ita@uis.ac.id](mailto:ita@uis.ac.id), <sup>3</sup>[srimartina999@gmail.com](mailto:srimartina999@gmail.com)

\*Corresponding Author

Diajukan : 22 Agustus 2023

Disetujui : 4 September 2023

Dipublikasi : 1 Oktober 2023

## ABSTRACT

*This study examines how business size, liquidity, leverage, and profitability affect firm value in Indonesia Stock Exchange-listed supply products manufacturing companies between 2019 and 2021. Earlier corporate value study had mixed results. Therefore, more research is needed to retest company worth. The survey sampled 47 consumer products manufacturers. For the three-year observation period (2019–2021), 13 business samples were purposefully sampled with 39 observations. The example firms and research data were obtained from the Indonesian Stock Exchange website. Data for this study was gathered from the Indonesian Stock Exchange website, where sample businesses were discovered. The approach to data analysis begins with descriptive statistics, followed by the classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. Firm value is affected by corporate size, liquidity, leverage, and profitability. According to research, only profitability increases firm worth significantly. Significant to firm value. Liquidity boosts corporate value but not significantly. Leverage and firm size have minimal impact on firm value.*

*Keywords: Company Size; Company Value; Liquidity; Leverage; Profitability*

## PENDAHULUAN

Persaingan bisnis sangat ketat di era globalisasi ini, karena faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang mempengaruhinya. Untuk beradaptasi dan membaca keadaan yang muncul, organisasi harus benar menangani fungsi - fungsi manajemen yang dimiliki. Untuk berkembang, bisnis yang sukses harus berkinerja baik. Nilai sebuah perusahaan dapat mempengaruhi kinerjanya.

Tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Keuntungan yang stabil dan berkembang membantu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial cenderung lebih menarik bagi investor dan konsumen, dalam peningkatan nilai perusahaan. Lebih jauh lagi, nilai perusahaan akan membentuk potensi dan peluang perusahaan di masa depan untuk mempertahankan dan mengembangkan operasinya, yang akan menarik investor. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi menarik bagi pemilik bisnis karena menandakan kepemilikan saham yang besar. Harga di pasar saham mencerminkan pilihan yang dibuat pada pembiayaan, investasi, dan manajemen aset. Beberapa faktor yang memengaruhi harga saham perusahaan seperti kinerja keuangan, inovasi dan produk baru, manajemen risiko, investasi kapital, kebijakan dividen dan pembelian saham kembali, perkembangan pasar dan persaingan, aspek ESG (lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, dan perubahan regulasi).

Pilihan manajemen perusahaan sub sektor barang konsumsi selama penelitian dalam hal pembiayaan bisa termasuk strategi pendanaan melalui pinjaman atau ekuitas, yang dapat memengaruhi beban bunga dan struktur modal perusahaan. Investasi dalam penelitian dan pengembangan, pemasaran, dan infrastruktur juga bisa menjadi faktor penting dalam pertumbuhan



dan kinerja perusahaan. Manajemen aset yang baik, termasuk efisiensi operasional, juga penting dalam menjaga margin keuntungan dan daya saing.

Nilai dipengaruhi oleh faktor pertama, yaitu ukuran perusahaan. Ekuitas, penjualan, atau aset semuanya dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan (Bagaskara, Titisari, & Dewi, 2021). Nilai aset perusahaan meningkat saat mereka tumbuh. Ini akan membantu bisnis dalam mencari pendanaan.

Berdasarkan (Aldi, Erlina, & Amalia, 2020) serta (Bagaskara et al., 2021), ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Santoso & Junaeni, 2022) berkata *firm size* tidak berdampak dengan nilai perusahaan.

*Rasio Lancar (CR)* adalah indikator likuiditas yang penting dan sering digunakan oleh analis keuangan dan investor untuk mengukur kesehatan keuangan jangka pendek suatu perusahaan. Rasio ini dapat memberikan gambaran tentang tingkat likuiditas perusahaan. Rasio lancar adalah metrik likuiditas yang paling akurat (Sukarya & Baskara, 2018) dan memberikan bahwa likuiditas meningkatkan nilai perusahaan (Santoso & Junaeni, 2022) dan pembuktian oleh (Aldi et al., 2020) likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Leverage, komponen ketiga, diasumsikan mempengaruhi nilai bisnis. Leverage adalah mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan hutang (utang) dalam struktur modalnya. Ini juga mengacu pada kapasitas bisnis untuk memenuhi komitmen keuangan jangka pendek dan jangka panjang (Sukarya & Baskara, 2018).

Leverage yang tinggi, atau ketika ada banyak hutang, mempersulit bisnis untuk mendapatkan pinjaman baru karena pemberi pinjaman khawatir mereka tidak akan mampu melunasi hutang dengan aset mereka yang ada. Menurut (Dharmaputra, Rustiarini, & Dewi, 2022) dan (Sjahruddin & Jannah, 2022) ada pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Santoso & Junaeni, 2022), (Anni'Mah & Susanti, 2021), bahwa leverage tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan elemen terakhir sebagai pengaruh nilai perusahaan, dimana mampu membukukan laba lebih tinggi menunjukkan kemampuannya untuk berjalan secara efisien, yang akan menaikkan harga sahamnya dan mendapatkan umpan balik positif dari investor (Sukarya & Baskara, 2018). Profitabilitas merupakan Profitabilitas yang tinggi dapat mencerminkan stabilitas perusahaan dan kemampuannya untuk mengatasi risiko. Ini dapat membuat perusahaan lebih menarik bagi investor dan mengurangi risiko penurunan nilai perusahaan (Aldi et al., 2020).

Menurut (Sukarya & Baskara, 2018); (Sjahruddin & Jannah, 2022); (Santoso & Junaeni, 2022); (Anni'Mah & Susanti, 2021) profitabilitas yang tinggi dapat berkontribusi terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya (Dharmaputra et al., 2022) Sebuah perusahaan yang profitable tetapi menghadapi risiko yang tinggi atau memiliki masalah manajemen mungkin tidak memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

## STUDI LITERATUR

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dipandang sebagai penilaian pemegang saham terhadap perusahaan dan berkorelasi dengan harga saham (Sukarya & Baskara, 2018). Ketika sebuah perusahaan dijual, nilainya sering ditutupi oleh pembeli. Meningkatkan nilai perusahaan adalah melakukan bisnis untuk pemegang saham. Di pasar yang berfungsi, harga saham berfungsi sebagai indikator yang dapat diandalkan dari nilai dasar perusahaan (Santoso & Junaeni, 2022),

*Pricing to Book Value* dianggap sebagai nilai perusahaan (Sukarya & Baskara, 2018). *Pricing to Book Value* adalah alat evaluasi yang bergantung pada laporan keuangan perusahaan. Faktor-faktor non-keuangan seperti citra merek, inovasi, dan keunggulan kompetitif tidak selalu tercermin dalam nilai buku ekuitas. Oleh karena itu, P/BV hanya memberikan gambaran bagian dari nilai perusahaan.

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga Per lembar saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}} \times 100\%$$

### Ukuran Perusahaan

Pada skala yang dikenal sebagai "ukuran perusahaan", banyak kategori ukuran bisnis dapat dijelaskan, pengukuran perusahaan dapat dihitung dari total aset, pendapatan tahunan, kapitalisasi

pasar (nilai pasar sahamnya), atau parameter lainnya (Santoso & Junaeni, 2022). Total aset perusahaan digunakan sebagai dasar pengukuran dalam penelitian ini oleh penulis. Alasannya adalah karena total aset dipandang lebih andal dan mencerminkan ukuran bisnis secara lebih akurat. Perusahaan besar menandakan pertumbuhan dan kesuksesan, yang meningkatkan nilainya. Aset keseluruhan perusahaan telah tumbuh dan lebih dari total utang perusahaan, yang merupakan tanda nilai perusahaan yang kuat. Untuk menentukan ukuran masing-masing perusahaan dapat dilakukan dengan rumus:

$$Firm\ Size = \text{Log Natural dari Total Aset}$$

### Likuiditas

Likuiditas yang cukup penting bagi perusahaan karena memungkinkan mereka untuk memenuhi kewajiban finansial mereka secara tepat waktu, seperti pembayaran hutang dan gaji karyawan (Sukarya & Baskara, 2018). Likuiditas diperkirakan berdampak pada nilai perusahaan karena, di satu sisi, rasio likuiditas yang lebih besar meningkatkan kemungkinan utang dapat dilunasi dan, di sisi lain, rasio likuiditas yang lebih rendah menurunkan kemungkinan tersebut. Manajemen yang bijak dalam mengelola likuiditas sangat penting untuk memaksimalkan pengaruh positifnya terhadap nilai perusahaan (Sjahrudin & Jannah, 2022).

$$Current\ Ratio = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

### Leverage

Dengan menjual aset, leverage menilai kelayakan kredit perusahaan. Perusahaan dengan hutang yang besar mengandalkan keuangan luar untuk mengakuisisi saham (Bagaskara et al., 2021). Perusahaan dengan hutang yang sangat besar berisiko karena terkena pengaruh yang parah, yang sulit untuk ditarik keluar.

Pengukuran leverage dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk menciptakan keuntungan dari waktu ke waktu disebut profitabilitas. Perusahaan yang lebih profitable mengantarkan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Ini karena laba tinggi maka kinerja baik, pertumbuhan potensial, dan mampu menghasilkan aliran kas yang kuat (Aldi et al., 2020).

Kemungkinan perusahaan membayar dividen meningkat dengan tingkat profitabilitasnya. Secara alami, ini mungkin menarik investor untuk mendanai bisnis, meningkatkan nilai pasarnya.

Berikut rumus menghitung Profitabilitas dengan menggunakan pada penelitian ini:

$$Return\ On\ Asset = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

### Review Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh (Sukarya & Baskara, 2018), menunjukkan bagaimana likuiditas, leverage, dan profitabilitas semuanya memiliki dampak besar pada nilai perusahaan. Leverage tidak memengaruhi nilai bisnis, tetapi sebagian profitabilitas dan likuiditas berpengaruh.

Penelitian kedua (Santoso & Junaeni, 2022) menunjukkan bagaimana profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, ada korelasi minimal antara nilai perusahaan dengan variabel lain.

Penelitian ketiga (Sjahrudin & Jannah, 2022) profitabilitas dan likuiditas merupakan dua karakteristik yang mungkin berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Variabel yang lain memiliki pengaruh yang kecil terhadap nilai perusahaan.

Studi keempat (Anni'Mah & Susanti, 2021) menemukan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan likuiditas hanya berdampak kecil terhadap nilai bisnis. Profitabilitas, likuiditas, dan leverage semuanya berdampak pada nilai bisnis.

Kelima (Dharmaputra et al., 2022) menemukan bahwa leverage menaikkan nilai sebaliknya ukuran perusahaan dan likuiditas menurunkannya. Pertumbuhan dan profitabilitas mempunyai pengaruh yang kecil terhadap nilai suatu perusahaan.

Penelitian keenam (Aldi et al., 2020) ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif kuat terhadap nilai perusahaan, namun tidak terhadap likuiditas. Kebijakan dividen mengendalikan dan meningkatkan profitabilitas, namun penyesuaian likuiditas menurunkannya.

Terakhir ketujuh oleh (Bagaskara et al., 2021) menunjukkan bahwa meskipun profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajerial tidak berdampak pada nilai bisnis, ukuran perusahaan berpengaruh.

## METODE

### Jenis Penelitian

Penelitian ini melibatkan studi kausalitas yang menjelaskan bagaimana dua variabel berinteraksi. Peneliti mengidentifikasi hubungan sebab akibat menggunakan desain kausal.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi secara keseluruhan terdiri dari 13 perusahaan manufaktur di subsektor barang konsumsi. Tiga belas perusahaan dipilih sebagai sampel penelitian berdasarkan kriteria yang diuraikan di atas. Total 39 pengamatan dipilih sebagai sampel untuk penelitian ini selama periode penelitian 3 tahun dari 2019 hingga 2021. Sebagai penentu sampel dengan *purposive sampling*.

Kriteria yang membantu memastikan bahwa sampel yang digunakan mencerminkan populasi yang relevan dan dapat diterima untuk tujuan penelitian. Setiap persyaratan antara lain : selama masa penelitian perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi telah terdaftar di BEI, melaporkan laporan tahunan yang telah diaudit, menguntungkan sepanjang tahun pengamatan dan memiliki data lengkap mengenai valuasi, ukuran, likuiditas, leverage, dan profitabilitas perusahaan berdasarkan kriteria.

### Teknik Analisis Data

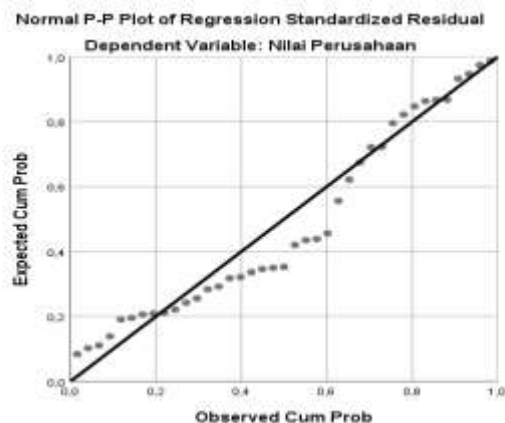
Regresi linier berganda sebagai analisa data. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi). Penggunaan t (Uji Parsial) dan F (Uji Simultan), koefisien determinasi, serta analisis regresi linier berganda merupakan bagian dari hipotesis teruji.

## HASIL

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

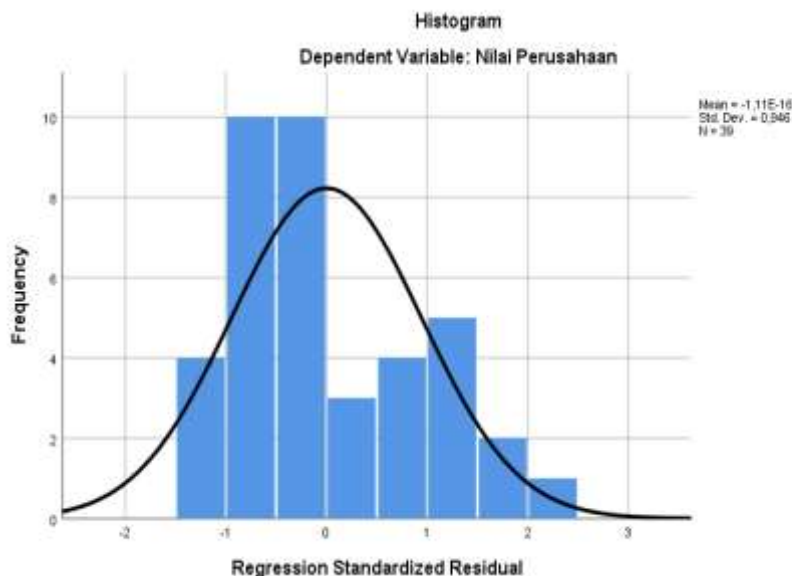
sebuah prosedur statistik penguji data apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Distribusi normal, juga dikenal sebagai distribusi Gauss atau distribusi bell curve, adalah distribusi probabilitas yang simetris dan memiliki beberapa properti khusus, seperti rata-rata, median, dan modus yang sama. Hasil uji hasil normalitas sebagai berikut :



Gambar 1 Grafik Normal P-P Plot  
Sumber : SPSS (2021)

Garis diagonal ditunjukkan dengan data tersebar secara teratur.

Informasi mengenai Histogram uji normalitas sesuai pengolahan data SPSS pada Gambar 2 menunjukkan hasil:



Gambar 2 Histogram Normal P-P Plot  
 Sumber : SPSS (2021)

Tabel 1 menunjukkan hasil uji normalitas dengan uji KS:

Tabel 1 Uji One Sample Kolmogorov Smirnov  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		<b>Unstandardized Residual</b>
N		39
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,20027513
Most Extreme Differences	Absolute	,168
	Positive	,168
	Negative	-,075
Test Statistic		,168
Asymp. Sig. (2-tailed)		,007 <sup>c</sup>

Sumber : SPSS, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,07 melebihi kriteria signifikansi 0,05. Asumsi kenormalan terpenuhi.

### Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2006), Multikolinieritas muncul ketika dua variabel independen dalam model regresi saling melemahkan satu sama lain, Uji VIF sebagai penjelasan pada model regresi dijumpai hubungan antara semua variabel bebas dan terikat. Setiap variabel bebas akan memiliki VIF yang sesuai, dan nilai VIF yang tinggi (biasanya di atas 10) menunjukkan adanya multikolinieritas. VIF mengukur seberapa besar varians dari estimasi parameter regresi meningkat karena multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, semakin besar masalah multikolinieritasnya. Hasil uji multikolinieritas terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ukuran Perusahaan	0,606	1,650
	Likuiditas	0,944	1,059
	Leverage	0,467	2,140
	Profitabilitas	0,690	1,450

Sumber : SPSS, 2023

Sesuai Tabel 2, nilai toleransi diatas angka 0,1 dan VIF tidak lebih dari 10 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas. Karena tidak terdapat multikolinieritas, maka model regresi dapat memprediksi harga saham, seperti ditampilkan dalam tabel.

### Uji Autokorelasi

Tabel 3 Uji Durbin-Watson

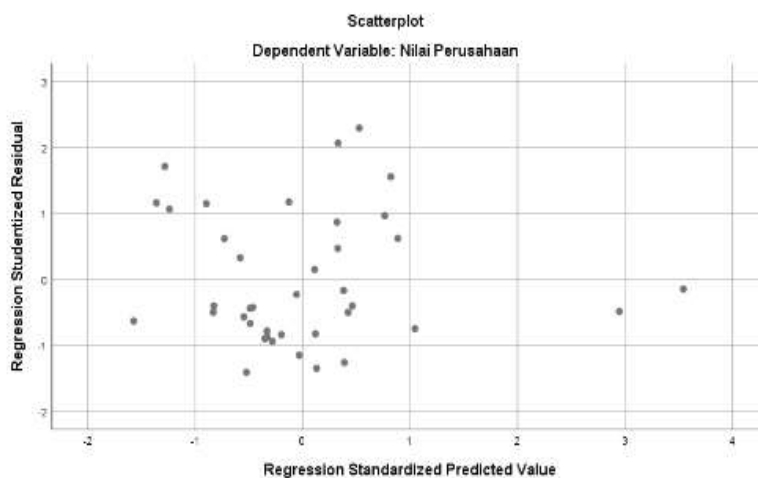
Model	Durbin-Watson
1	1.731

Sumber : SPSS, 2023

Dari Tabel 3 terlihat bahwa angka DW 1,731 berbandingkan ke nilai tabel sig 5%, dengan (n) = 39, dan jumlah faktor independen (k) = 4,39. Maka  $du = 1,721$  Karena angka DW 1,731 lebih tinggi dari batas atas (du) yaitu 1,721, dan lebih rendah dari batas bawah (4-du) yaitu 2,279, maka dapat dikatakan tidak ada autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006), uji heteroskedastisitas merupakan suatu permasalahan dalam analisis regresi yang terjadi apabila variabilitas (varians) kesalahan (residual) model regresi tidak konstan pada rentang nilai variabel independen. Dalam penelitian ini, memplot nilai antisipasi ZPRED dan residunya, SRESID, menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Titik tersebut membentuk pola yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Ketika tidak ada pola yang terlihat dan nilai sumbu Y sama di atas dan di bawah titik nol, maka heteroskedastisitas tidak ditemukan.



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
 Sumber : SPSS, 2023

Scatterplot yang terlihat di atas mengilustrasikan distribusi acak titik data sepanjang sumbu Y, dengan beberapa titik diposisikan di atas dan lainnya di bawah titik nol. Model regresi memberikan estimasi nilai perusahaan sambil memperhitungkan tidak adanya heteroskedastisitas..

### Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian regresi linier berganda meneliti bagaimana ukuran bisnis, likuiditas, leverage, dan nilai dampak profitabilitas. Apakah variabel independen naik atau turun juga akan memutuskan apakah itu berhubungan baik atau negatif dengan variabel dependen

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-1,120	4,306
	Firm Size	0,033	0,152
	Likuiditas	0,113	0,059
	Leverage	1,320	0,877
	Profitabilitas	11,482	4,220

Sumber : SPSS, 2023

Uji SPSS menghasilkan hasil “regresi linier berganda” ini:

### Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = -1.120 + 0.033 X_1 + 0.113 X_2 + 1.320 X_3 + 11.482 X_4 + e$$

Dari hasil diatas, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kostanta -1.120 menunjukkan jika variabel bebas 0 maka nilai perusahaan -1.120.
2. Variabel ukuran perusahaan  $X_1$  menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,033. variabel lain tetap konstan, ukuran perusahaan naik 1% maka nilai perusahaan naik sebesar 0,033.
3. Variabel likuiditas  $X_2$  memiliki koefisien regresi sebesar 0,113. Dengan asumsi semua faktor tetap konstan, likuiditas naik 1% akan meningkatkan nilai perusahaan 0,113.
4. Variabel Leverage  $X_3$  mempunyai koefisien regresi sebesar 1,320. Jika semua variabel tidak berubah, maka kenaikan leverage 1% maka nilai perusahaan naik 1,320.
5. Variabel profitabilitas  $X_4$  mempunyai koefisien regresi sebesar 11,482. Dengan asumsi seluruh variabel tetap konstan, profitabilitas naik 1% menghasilkan nilai perusahaan naik 11,482.

### Uji Hipotesis

#### Koefisien Determinasi

Dalam pengujian ini, penjelasan variabel terikat dipengaruhi variabel bebas.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,502 <sup>a</sup>	0,252	0,163

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Kolom R-Square pada Tabel 5 menampilkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi diwakili oleh nilai 0,252. Hasilnya menjelaskan bahwa ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan sebesar 25,2% dan karakteristik lainnya sebesar 74,8%

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F menjelaskan dampak dari variabel bebas dengan variabel terikat. Tingkat signifikansi adalah 5%, dengan  $df_1 = (n - k - 1)$ ,  $df_2 = (\text{jumlah seluruh variabel} - 1)$  dan  $n = \text{observasi}$  dan  $k = \text{variabel}$ .

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>				
Model		df	F	Sig.
1	Regression	4	2,856	,038 <sup>b</sup>
	Residual	34		
	Total	38		

Sumber : SPSS, 2023

Dengan keyakinan 95% dan sig 0,05,  $df_1 = 4$  dan  $df_2 = 34$ , ditemukan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,65.

Tabel 6,  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $2,856 > 2,65$ ) dan tingkat sig  $0,038 < 0,05$  menunjukkan bahwa nilai perusahaan sama - sama dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan profitabilitas..

### Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dilakukan untuk menghasilkan informasi pengaruh antar variabel penelitian.

Tabel 7 . Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	-0,260	0,796
	Ukuran Perusahaan	0,219	0,828
	Likuiditas	1,925	0,063
	Leverage	1,505	0,142
	Profitabilitas	2,721	0,010

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1,690 dimana  $df = 39 - 4 - 1 = 34$ . Tabel 7 penemuan hasilnya menunjukkan;

1. Informasi  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,219 < 1,690$  dan ambang batas signifikansi  $0,828 > 0,05$ , artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan,
2. Informasi  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  sebesar  $1,925 > 1,690$  dan ambang batas signifikansi  $0,063 > 0,05$ , artinya likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak signifikan.
3. Informasi  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  sebesar  $1,505 < 1,690$  dan ambang batas signifikansi  $0,142 > 0,05$ , artinya variabel leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan,
4. Informasi  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  sebesar  $2,721 > 1,690$  dan ambang batas signifikansi  $0,010 < 0,05$ , artinya profitabilitas berpengaruh positif yang cukup besar terhadap nilai perusahaan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Hasil uji ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ditemukan tidak berpengaruh yang ditunjukkan dengan  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$   $0,219 < 1,690$  dan tingkat sig  $0,828 > 0,05$ . Penemuan hasil ini menolak hipotesis H1. Tidak ada dasar untuk ukuran perusahaan, sehingga tidak ada pengaruhnya terhadap ukuran, bahkan jika usaha kecil dapat menghasilkan keuntungan besar dan sebaliknya.

Menurut temuan (Santoso & Junaeni, 2022), penelitian ini memberikan dukungan terhadap anggapan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai keseluruhannya. Namun (Bagaskara et al., 2021) dan (Aldi et al., 2020) menunjukkan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan adanya hubungan terbalik antara kedua variabel tersebut.

### Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Pengujian secara parsial, adanya pengaruh likuiditas secara positif akan nilai perusahaan tetapi tidak berpengaruh secara substansial ( $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} = 1,925 > 1,690$ , tingkat signifikansi =  $0,063 > 0,05$ ). Penemuan menunjukkan hipotesis H2 ditolak.



Pengaruh likuiditas yang tinggi tidak kuat untuk penilaian perusahaan karena investor tidak terpengaruh. Investor sering mengandalkan penilaian mereka tentang perkembangan perusahaan pada kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan daripada seberapa likuidnya. Rasio lancar yang tinggi tidak produktif karena tunduk pada anomali dalam pemanfaatan dana atau banyak kas menganggur yang dihabiskan oleh manajemen dan tidak memengaruhi likuiditas atau nilai bisnis.

Analisis ini menegaskan penelitian (Santoso & Junaeni, 2022); (Aldi et al., 2020) bahwa likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian (Sukarya & Baskara, 2018) yang menunjukkan bahwa likuiditas meningkatkan nilai perusahaan.

#### **Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan**

Secara parsial menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dimana  $1,505 < 1,690$  dan ambang batas sig  $0,142 > 0,05$ . Hasil penelitian ini penolakan hipotesis H3.

Seberapa tergantung suatu perusahaan pada krediturnya untuk mendukung asetnya dihitung dengan menggunakan leverage. Perusahaan dengan leverage tinggi bergantung pada pinjaman eksternal untuk mendanai aset mereka. Perusahaan dengan leverage rendah membiayai aset mereka menggunakan modal mereka sendiri. Tetapi ketika berinvestasi di suatu perusahaan, ini bukanlah faktor yang diperhatikan oleh investor. Mengingat investor percaya bahwa mereka akan menerima pengembalian atas investasi mereka, kemungkinan besar mereka hanya akan mempertimbangkan pengembalian yang mereka terima dalam situasi ini dan mengabaikan jumlah utang yang harus dibayar.

Penelitian ini mendukung (Santoso & Junaeni, 2022); (Anni'Mah & Susanti, 2021); (Bagaskara et al., 2021) bahwa leverage tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian (Dharmaputra et al., 2022); (Sjahrudin & Jannah, 2022) menunjukkan leverage memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif yang cukup besar terhadap nilai perusahaan, dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sebesar  $2,721 > 1,690$  dan tingkat signifikansi  $0,0010 < 0,05$ . Penemuan ini menunjukkan hipotesis H4 diterima.

Kemungkinan perusahaan membayar dividen meningkat dengan tingkat profitabilitasnya. Tentu saja, ini mungkin menarik investor untuk memasukkan uang ke dalam perusahaan, meningkatkan nilai pasarnya.

Peneliti lain (Sukarya & Baskara, 2018), (Sjahrudin & Jannah, 2022), (Santoso & Junaeni, 2022), dan (Anni'Mah & Susanti, 2021), menunjukkan dampak penting dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, (Dharmaputra et al., 2022) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berdampak pada nilai perusahaan.

#### **Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.**

Berdasarkan hasil pengujian simultan diperoleh Fhitung sebesar 2,856 yang melampaui nilai Ftabel sebesar 2,65 pada taraf signifikan 0,038 kurang dari ambang batas yang ditentukan yaitu 0,05. Data ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan profitabilitas semuanya memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan.

### **KESIMPULAN**

Hasil data menginformasikan mengenai ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun manfaat tersebut tidak signifikan secara statistik. Keberadaan leverage tidak berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan nilai perusahaan memiliki hubungan yang menguntungkan dan signifikan secara statistik, menurut penelitian tersebut. Pada saat yang sama, dimensi ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan profitabilitas mempunyai dampak yang saling penting dan signifikan secara statistik terhadap evaluasi perusahaan.

**REFERENSI**

- Aldi, M. F., Erlina, E., & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap NILAI Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 264–276.
- Anni'Mah, H. F., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Indeks IDX SMC Composite 2019. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(2), 260–279.
- Amin, M. A. N., & Faizal, A. F. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Perindustrian yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(3), 130-142.
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 7(1), 171-184.
- 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.
- Darojati, R. M. (2023). Pengaruh Rasio Profitabilitas, Rasio Leverage, Rasio Pasar dan Asset Growth terhadap Abnormal Return Saham Perbankan Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Dessriadi, G. A., Harsuti, H., Muntahanah, S., & Murdijaningsih, T. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 195-198.
- Dharmaputra, I. G. N. A., Rustiarini, N. W., & Dewi, N. P. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2141–2149.
- Faidah, J. N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Kebijakan Dividen bagi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga Teregistrasi ISSI Periode 2020-2022. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 695-706.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliani, T., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 726-744.
- Maduma, T., & Naibaho, E. A. B. (2022). Pengaruh Tax Avoidance, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(1), 372-378.
- Munawaroh, A., & Ramadhan, Z. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(1), 43-54.
- Nurminda, A., Isynurwardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Prasetya, A. W., & Musdholifah, M. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi oleh Kebijakan Dividen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1406.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597–1609.
- Setiorini, K. R., Fidayanti, F., Kalbuana, N., & Cakranegara, P. A. (2022). Pengaruh leverage

sebagai pemoderasi hubungan GCG, CSR dan agresivitas pajak terhadap financial distress pada perusahaan perbankan syariah di Indonesia. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 194-202.

- Sjahruddin, H., & Jannah, N. A. N. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Niagawan*, 11(1), 1–10.
- Suryani, E., & A'yuni, Q. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 7(1), 46-54.
- Sukarya, I. P., & Baskara, I. G. K. (2018). *Pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan sub sektor food and beverages*. Udayana University.
- Rinofah, R., Kusumawardhani, R., & Pangesti, R. D. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Investment Opportunity Set (IOS), Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening (Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 948-956.
- Riki, M., Tubastuvi, N., Darmawan, A., & Rahmawati, I. Y. (2022). Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Moderasi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(1), 62-75.