

Determinasi Nilai Perusahaan: Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Industri Konsumsi Primer Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020 - 2022

Felicia Septiana Gunawan¹⁾, Cahyani Nuswandari²⁾

¹⁾²⁾ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank
Jl. Kendeng V Bendan Ngisor, Gajahmungkur, Semarang, Indonesia, 50233

¹⁾ feliciaseptianagunawan@mhs.unisbank.ac.id

Abstract

This inquiry aims to comprehend and evaluate the impact of corporate scale, leverage, and profitability on the valuation of entities in the primary consumption industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (ISE) from 2020 to 2022. The population for this investigation comprises 369 firms in the primary consumption industry sector registered on the BEI during the specified period. A sample of 291 firms was selected through purposive sampling for analysis. Multiple linear regression analysis was utilized as the method for data examination in this research. Findings reveal that corporate valuation correlates positively with leverage and profitability, whereas corporate scale exerts a negative influence.

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

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk memahami dan menilai pengaruh ukuran perusahaan, leverage, serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022 yang berjumlah 369 perusahaan. Dalam penelitian ini, jumlah perusahaan yang dijadikan sampel adalah 291 dan dianalisis menggunakan purposive sampling. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis data pada penelitian ini. Menurut hasil penelitian, nilai perusahaan berkorelasi positif dengan leverage dan profitabilitas, sedangkan dampak negatif ukuran perusahaan berdampak negatif.

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

1. PENDAHULUAN

Ekonomi global saat ini tidak dapat secara langsung berimplikasi terhadap perekonomian Indonesia. Selain itu, kondisi politik juga dapat berpengaruh pada ekonomi Indonesia. Dinamika dalam ranah usaha telah menimbulkan persaingan yang sengit di antara korporasi domestik. Kompetisi yang intens ini berfungsi sebagai pendorong utama bagi perusahaan yang dipimpin oleh eksekutif tingkat atas untuk mencapai kinerja yang optimal. Entitas yang terdaftar secara publik perlu meningkatkan mutu dan kuantitas agar dapat menarik perhatian para pemangku kepentingan. Salah satu metode untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan adalah dengan mengevaluasi nilainya. Kualitas penilaian suatu perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasarnya, yang selanjutnya memengaruhi keputusan investor mengenai apakah mereka akan mengalokasikan modal mereka pada entitas tersebut atau menarik investasi mereka. Nilai entitas akan mengalami peningkatan apabila harga sekuritas naik, yang diindikasikan oleh tingkat imbal hasil investasi yang tinggi bagi para pemegang saham (Suharli, 2006). Kenaikan harga sekuritas menunjukkan keberuntungan bagi para pemegang saham serta meningkatkan valuasi entitas. (Rivandi, 2018).

Dalam upaya merealisasikan sasaran, suatu entitas harus memenuhi kebutuhan modalnya agar dapat mengoptimalkan performanya. Kinerja yang unggul dapat mendongkrak valuasi perusahaan serta harga sekuritasnya. Hal ini akan membawa keberuntungan bagi para

pemegang saham. Selain itu, sejumlah entitas sering mengalami kekurangan modal yang berdampak pada kinerja produk atau layanan yang dihasilkan, sehingga kurang optimal dan membuat perusahaan tersebut tidak mampu bersaing di pasar, mengakibatkan pertumbuhan yang terhambat. Perusahaan memperoleh sumber dana dari dalam perusahaan berupa modal sendiri, yaitu laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar perusahaan berupa hutang dan penerbitan saham. Valuasi entitas memiliki signifikansi yang krusial sebagai elemen fundamental bagi perusahaan untuk terus memperbesar nilai korporasi demi keberlangsungan hidupnya di masa mendatang (*going concern*). Nilai perusahaan menjadi tolok ukur seberapa besar nilai perusahaan, yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang *stakeholder* terutama bagi pihak investor dan kreditur. Bagi kreditur, estimasi entitas tersebut berhubungan dengan likuiditas, yaitu keadaan yang menunjukkan apakah suatu perusahaan memiliki kapabilitas untuk melunasi utang kepada kreditur. Persepsi spekulator mengenai tingkat keberhasilan perusahaan tercermin dalam estimasi entitas. Kenaikan estimasi perusahaan akibat tingginya harga sekuritas akan memperkuat kepercayaan terhadap kinerja entitas dan prospeknya di masa depan. Meningkatkan profitabilitas entitas dan mengoptimalkan valuasi perusahaan merupakan tujuan strategis yang berhubungan dengan kesejahteraan para pemegang saham.

Harga sekuritas adalah salah satu indikator estimasi nilai entitas. Ketika harga sekuritas mengalami kenaikan, hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai bagi pemegang saham yang tercermin melalui tingginya imbal hasil bagi para pemegang saham. Secara sederhana, nilai entitas dapat diartikan sebagai total utang ditambah dengan ekuitas. Jika diasumsikan utang tetap, maka ketika nilai entitas meningkat, ekuitas juga akan bertambah. Kenaikan ekuitas akan mendorong peningkatan harga per unit sekuritas perusahaan (Setia, 2008). Dalam konsep pembayaran hutang, perusahaan yang mengalami kesulitan dalam pembayaran hutang, maka akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan. Dalam penelitian ini variabel independen menggunakan tiga rasio keuangan, yaitu ukuran perusahaan (*Size*), *leverage* (*Lev*), dan profitabilitas. Peneliti mengambil tiga rasio tersebut dengan alasan, ukuran perusahaan digunakan investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi melalui laporan keuangan tahunan yang dibuat oleh perusahaan guna melihat dan melakukan penilaian kinerja kepada perusahaan tersebut (Purnasiwi dan Sudarno, 2011). Rasio *Leverage* digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam membiayai asset yang dimiliki. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan menghasilkan laba atau profit.

Fenomena mengenai Estimasi Entitas terdapat di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan induk usahanya, Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), selama sesi perdagangan pertama pada tanggal 27 Mei 2020 setelah manajemen ICBP mengumumkan akuisisi Pinehill Corpora Limited. Mengacu pada data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), saham INDF mengalami kemerosotan hingga 6,67% pada level Rp. 5.600 per unit, sedangkan saham ICBP juga merosot hingga 6,98% di level Rp. 8.325 per unit. Sebelumnya, harga saham INDF menunjukkan penurunan 6,61% pada level Rp. 6.000, dengan kapitalisasi pasar sebesar Rp. 52,68 triliun, sedangkan ICBP mengalami penurunan 6,77% di level Rp. 8.950 per unit, dengan kapitalisasi pasar Rp. 104,37 triliun. Akuisisi Pinehill dapat memunculkan sentimen negatif jangka pendek; target pendapatan Pinehill yang sebesar US\$ 128,5 juta pada tahun 2020 mengisyaratkan peningkatan 66% dibandingkan tahun sebelumnya, yang seharusnya menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan. Kesepakatan ini berpotensi netral terhadap pendapatan, dengan asumsi tingkat pinjaman sebesar US\$ 4%. Dengan penurunan peringkat rekomendasi dari “buy” menjadi “Underperformed (U-PF),” target harga untuk ICBP diturunkan dari Rp. 11.000 per unit menjadi Rp. 9.850 per unit. Rekomendasi Underperformed biasanya diterapkan pada saham yang diperkirakan akan cenderung menurun di bawah harga pasar. Sementara itu, INDF juga terpengaruh oleh sentimen negatif jangka pendek terkait anak perusahaan. Indofood diperkirakan memperoleh 80% dari NAV (nilai aset bersih) dari anak perusahaan terbesarnya, ICBP. (Ayu & Suarjaya, 2018).

Ukuran perusahaan merujuk pada skala suatu bisnis dan dikategorikan berdasarkan total aset yang dimiliki pada akhir tahun fiskal. Dimensi ini dapat digunakan untuk mengelompokkan perusahaan menjadi kategori besar dan kecil, menggunakan berbagai metode seperti total aset,

kapitalisasi pasar, rata-rata penjualan, dan volume penjualan. Ukuran perusahaan umumnya dibagi dalam 3 kategori, yaitu *large firm*, *medium firm*, dan *small firm*. Ukuran perusahaan yang berskala besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Sujoko, 2007). Publik menganggap perusahaan tersebut berskala besar dan berhasil, yang memengaruhi reputasinya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Dahlia (2015), Afifawati dkk (2022), Dewantari dkk (2019) menyampaikan bahwa perusahaan mencakup pengaruh yang signifikan terhadap nilainya. Temuan penelitian ini bertentangan dengan Nurminda dkk (2017) dimana temuan penelitian tersebut menyampaikan bahwa size tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai entitas bisnis.

Leverage adalah kapabilitas perusahaan dalam mendanai operasionalnya dengan memanfaatkan utang atau pinjaman dan dapat menyelesaikan kewajiban tersebut (Hidayat, 2019). Pemanfaatan utang sangat peka dampaknya terhadap tingkat nilai perusahaan tersebut. Pemanfaatan utang akan mempertinggi nilai perusahaan jika entitas tersebut menghasilkan pendapatan dari aset yang melebihi tingkat imbal hasil yang dibayarkan atas kewajiban utang. (Brigham dan Houston, 2018:135). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Afifawati dkk (2022), Rudangga dan Gede (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan Rachmawati dan Dahlia (2015), Rivandi dan Berta (2022), Nurmida dkk (2017), Putra dan Sunarto (2021) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut berlawanan dengan hasil penelitian.

Profitabilitas merupakan kapasitas suatu entitas dalam menciptakan surplus ekonomi dari pendapatan penjualan, berlandaskan total modal dan optimalisasi aset yang tersedia (Sihotang dan Saragih, 2017). Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besar nilai profitabilitas maka akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lucia dan Jonnardi (2022), Dewantari dkk (2019), Rudangga dan Gede Merta (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afifawati dkk (2022), Putra dan Sunarto (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tujuan pada penelitian ini adalah guna mengetahui dan menelaah konsekuensi ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berkenaan nilai perusahaan. Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka peneliti mengharapkan manfaat penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teori dengan memberikan wawasan dan dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat mengaplikasikan ke semua pengetahuan yang telah diperoleh dan mendukung dasar teori peneliti yang sejenis. Bagi investor, diharapkan dapat bermanfaat bagi para pihak pemangku kepentingan sebagai sumber informasi untuk melihat nilai suatu perusahaan bukan hanya dari rekapitulasi finansial kendati juga meninjau aspek-aspek yang lain yang merintis nilai perusahaan tersebut dan menjadikan dasar pertimbangan bagi investor sebelum melakukan investasi atau bahkan sebelum menanamkan sahamnya. Bagi Manajemen, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi manajemen dengan menjadi masukan untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan. Selain itu dapat memberikan tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan juga profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Signal (*Signal Theory*)

Praktik yang diimplementasikan oleh manajemen untuk menginformasikan investor mengenai penilaian mereka terhadap prognosis perusahaan diklasifikasikan sebagai sinyal. Sinyal terdiri dari informasi yang berguna untuk menyatakan kondisi perusahaan jauh lebih baik dibanding kondisi perusahaan lain. Dalam konteks suatu entitas bisnis, manajer diharapkan untuk menyajikan informasi yang konsisten kepada seluruh pemangku kepentingan mengenai kondisi perusahaan, tanpa memperhatikan apakah entitas tersebut memperoleh profit atau mengalami defisit. Konsep ini disebut sebagai teori sinyal. Hal ini bertujuan agar para investor yang

sudah atau akan menanamkan sahamnya terhadap suatu perusahaan dapat melihat prospek perusahaan dan menjadi pedoman dalam mengambil keputusan mengenai modal investasinya.

Motivasi korporasi mendorong pengadaan informasi adalah akibat adanya ketidakseimbangan informasi antara kami dan pihak eksternal (investor serta kreditor). Hal ini disebabkan oleh manajemen yang memiliki akses terhadap informasi yang lebih mendalam mengenai prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Mengingat bahwa informasi perusahaan tidak dapat diakses oleh pihak eksternal, mereka cenderung melindungi diri dengan menetapkan harga saham yang rendah. Upaya perusahaan untuk meningkatkan nilai pemegang saham meliputi pengurangan ketidakseimbangan informasi. Salah satu metode untuk mengatasi ketidakseimbangan informasi adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak eksternal dalam bentuk laporan keuangan yang positif dan terpercaya. Untuk mengurangi perbedaan informasi, pihak internal (manajer) mengeluarkan laporan tahunan sebagai sinyal kepada para investor mengenai prospek masa yang akan datang. Laporan tahunan biasanya meliputi informasi akuntansi, yaitu data yang berkaitan dengan laporan finansial, serta informasi non-akuntansi, yang tidak relevan dengan laporan finansial tersebut. Informasi yang diberikan manajemen berasal dari laporan keuangan yang juga menerapkan kebijakan akuntansi yang dapat mendapatkan laba yang lebih berkualitas dan tujuannya agar perusahaan dapat mencegah peninggian laba.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Pratiwi (2011) menyatakan bahwa ekstensifnya proporsi entitas akan ditunjukkan dengan progresi harga saham perusahaan yang mempengaruhi kemajuan nilai perusahaan. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi salah satu penentu dalam meningkatkan kemudahan ketika mendapatkan dana dari pasar modal (Nurbaety, 2013). Teori sinyal merujuk pada praktik manajerial dalam suatu entitas komersial untuk mengkomunikasikan informasi kepada para investor. Konsep ini berkaitan erat dengan nilai korporasi, di mana seorang manajer diharapkan untuk menyajikan data yang konsisten mengenai magnitudo perusahaan melalui total aset atau total penjualan yang dihasilkan. Dengan demikian, para investor dapat mengevaluasi proyeksi prospektif perusahaan tersebut, baik dalam konteks yang menguntungkan maupun merugikan, sebelum mengambil keputusan untuk melakukan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan lebih mudah juga modal yang didapat dari pasar modal. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan proksi *size*. Hasil penelitian Rachmawati dan Dahlia (2015), Nisrina, dkk (2022), dan Rudangga dan Sudiarta (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Rasio leverage merujuk pada kapasitas korporasi untuk mendanai aktivitas operasionalnya melalui utang atau obligasi dan memenuhi kewajiban finansialnya. Korporasi yang memanfaatkan pinjaman dapat dianggap memiliki keyakinan terhadap potensi prospektifnya (Hanafi, 2016:316). Publikitas cenderung berhipotesis bahwa estimasi nilai suatu entitas bisnis akan mengalami apresiasi apabila menunjukkan kinerja yang unggul, konsisten dengan konsensus kolektif. Tentu saja, pemberi pinjaman hanya akan mengalokasikan dananya kepada entitas yang secara jelas memiliki kapabilitas untuk menyelesaikan kewajiban finansialnya. Oleh karena itu, pemanfaatan modal utang berfungsi sebagai indikator yang menguntungkan bagi korporasi, dan konfigurasi pembiayaan yang kokoh dapat mendorong investor untuk menanamkan investasi. Dalam konteks adanya struktur pendanaan yang kokoh, hal ini akan meningkatkan valuasi entitas tersebut. Dalam penelitian ini, *leverage* diproksikan dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristianti (2022) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas merupakan pengukuran tingkat potensi suatu perusahaan dalam memperoleh profit bersih dengan menggunakan aset atau modal perusahaan (Sjahrial, 2013).

Untuk menarik minat pihak investor untuk menanamkan modalnya, pihak manajemen perlu upaya untuk meningkatkan nilai profitabilitas. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan semakin besar laba yang diperoleh suatu perusahaan, lantaran itu memperbesar kesejahteraan bagi para pemegang saham pada saat pembagian dividen. Dengan meningkatnya laba di perusahaan, maka akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham di pasar modal. Hal ini menjelaskan bahwa nilai perusahaan sedang dalam kondisi baik. Menurut teori sinyal suatu tindakan yang harus dilakukan manajemen dari suatu perusahaan terhadap investor yaitu menyampaikan informasi mengenai bagaimana manajemen menyajikan data serupa terkait tingkat keuntungan atau profit yang diraih oleh entitas, guna memberikan pemahaman yang jelas kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, variabel profitabilitas diproses dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Rasio ROA yang tinggi akan menunjukkan efisiensi manajemen aset yang berarti perusahaan mampu menggunakan aset yang dimiliki dalam menghasilkan laba. Hal ini sejalan dengan penelitian Rudangga dan Sudiarta (2016), Nisrina, dkk (2022) yang memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang memiliki kualitas dan karakteristik terhadap subjek dan objek yang akan digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020 - 2022. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang akan dipilih oleh peneliti dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor industri konsumsi primer yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan di BEI selama periode tahun 2020-2022.
2. Perusahaan sektor industri konsumsi primer yang mempunyai data lengkap terkait variabel yang dibutuhkan dalam penelitian selama periode tahun 2020-2022.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Studi ini memanfaatkan data sekunder dan bersifat kuantitatif. Studi ini akan memanfaatkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) terkait perusahaan-perusahaan dalam sektor konsumsi primer selama periode 2020–2022. Informasi tersebut dapat diakses melalui situs web www.idx.com atau www.idnfinancial.com serta situs web masing-masing entitas.

3.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Model persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$PBV = \alpha + \beta_1 \text{ SIZE} + \beta_2 \text{ DAR} + \beta_3 \text{ ROA} + e$$

PBV = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X1 = Ukuran perusahaan (SIZE)

X2 = Leverage (DAR)

X3 = Profitabilitas (ROA)

e = Error

4. PEMBAHASAN

4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Explorasi ini mengidentifikasi sampel dari 291 entitas dalam sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2020 dan 2022. Sampel tersebut ditetapkan berdasarkan kriteria seleksi yang rigor. Namun, dari 291 data yang memenuhi kriteria penelitian, terdapat beberapa yang tidak lolos uji normalitas. Oleh karena itu, sebelum memanfaatkan data yang memenuhi asumsi normal, data outlier harus dihapus. Data normal,

yang terdiri dari 54 data, dikumpulkan setelah proses pembuangan data outlier, dan ditingkatkan menjadi 237 data untuk perusahaan dalam industri konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2022. Tabel 1 menampilkan hasil analisis statistik deskriptif setelah mempertimbangkan penghilangan outlier.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	237	24,939	32,826	28,56944	1,741508
DAR	237	,000	,967	,44834	,205833
ROA	237	-,255	,599	,04195	,095661
PBV	237	,172	4,610	1,68745	1,079951

Berdasarkan hasil data setelah *outlier* pada tabel 1 di atas, diketahui bahwa jumlah data valid (N) pada penelitian ini sebanyak 237 sampel perusahaan berdasarkan laporan keuangan tahunan periode tahun 2020-2022. Nilai minimum variabel ukuran perusahaan (SIZE) adalah 24,939 yang diperoleh pada Wahana Inti Makmur Tbk pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa kadar ukuran perusahaan terendah sebesar 24,939. Sementara nilai maksimum pada variabel ukuran perusahaan (SIZE) adalah 32,826 yang diperoleh pada Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2022, hal ini menandakan bahwa kadar ukuran perusahaan tertinggi sebesar 32,826. Nilai rata-rata (mean) dari variabel ukuran perusahaan adalah 28,56944, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki tingkat kapabilitas sebesar 28,56944. Nilai standar deviasinya sebesar 1,741508, hal ini memperlihatkan bahwa derajat dispersi data variabel untuk ukuran bisnis adalah 1,741508.

Nilai minimum variabel *leverage* (DAR) adalah 0,000 yang diperoleh Provident Investasi Bersama Tbk pada tahun 2022, hal ini menunjukkan bahwa tingkat *leverage* perusahaan terendah sebesar 0,000. Sedangkan nilai maksimum variabel *leverage* (DAR) adalah 0,967 yang diperoleh pada Jaya Agra Wattie Tbk pada tahun 2022, hal ini menunjukkan bahwa tingkat *leverage* tertinggi sebesar 0,967. Nilai rata-rata (mean) dari variabel *leverage* adalah 0,44834, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam variabel *leverage* sebesar 0,44834. Nilai standar deviasinya sebesar 0,205833, hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data variabel dari *leverage* sebesar 0,205833.

Nilai minimum variabel profitabilitas (ROA) adalah -0,255 yang diperoleh pada Dua Putra Utama Makmur Tbk pada tahun 2020, hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas terendah sebesar -0,255. Sedangkan nilai maksimum variabel profitabilitas (ROA) adalah 0,599 yang diperoleh pada FKS Food Sejahtera Tbk pada tahun 2020, hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas tertinggi sebesar 0,599. Nilai rata-rata (mean) dari variabel profitabilitas adalah 0,4195, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam profitabilitas sebesar 0,4195. Nilai standar deviasinya sebesar 0,095661, hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data variabel dari profitabilitas sebesar 0,095661.

Nilai minimum nilai perusahaan (PBV) adalah 0,172 yang diperoleh pada perusahaan Martina Berto Tbk pada tahun 2020, hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan terendah sebesar 0,172. Sedangkan nilai maksimum nilai perusahaan (PBV) adalah 4,610 yang diperoleh pada perusahaan Mulia Boga Raya Tbk pada tahun 2020. Nilai rata-rata (mean) dari variabel nilai perusahaan adalah 1,68745 dan nilai standar deviasinya adalah 1,079951, hal ini menunjukkan bahwa kualitas data tersebut lebih baik apabila nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasinya.

4.2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual dapat terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji normalitas dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Normalitas

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	291	5,326	,143	36,005	,285
Valid N (listwise)	291				
Hasil Perhitungan		37,24		126,33	

Berdasarkan tabel 2 mengindikasikan bahwa hasil perhitungan nilai skewness sebesar 37,24 dan nilai kurtosis sebesar 126,33. Hal ini mencerminkan bahwa nilai skewness dan nilai kurtosis lebih dari 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak terdistribusi dengan normal. Dari hasil uji diatas, setelah melakukan *outlier* yang bertujuan untuk menghilangkan data yang dianggap ekstrim. Hasil uji normalitas setelah *outlier* dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Normalitas Setelah *Outlier*

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	237	,285	,158	-,528	,315
Valid N (listwise)	237				
Hasil Perhitungan		1,80		-1,67	

Berdasarkan tabel 3 menandakan bahwa hasil perhitungan nilai skewness sebesar 1,80 dan nilai kurtosis sebesar -1,67. Hal ini menunjukkan bahwa nilai skewness dan kurtosis kurang dari 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa data residual sudah terdistribusi normal.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa ekuasi regresi yang dihasilkan bersifat konsisten, bebas dari bias, dan tepat dalam estimasi. (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik dalam kajian ini terdiri dari uji Multikolinieritas, uji Autokorelasi dan uji Heterokedastisitas.

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

Model	Uji Multikolinieritas		Uji Heteroskedastisitas
	Tolerance	VIF	Sig.
(Constant)			,027
SIZE	,888	1,126	,174
DAR	,772	1,295	,076
ROA	,780	1,282	,091
<i>Durbin Watson</i>			2,011

Berdasarkan tabel 4, uji multikolinieritas diperoleh hasil nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen. Uji autokorelasi dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson atau DW sebesar 2,011. Data dalam penelitian ini nilai Durbin Watson N=237 dan K=3 yaitu nilai DL sebesar 1,766 dan nilai DU sebesar 1,801 sehingga nilai (4-DU) = 2,199. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson atau DW lebih besar dari nilai DU dan kurang dari nilai (4-DU) yaitu 1,766 < 2,011 < 2,199. Maka dapat diklonkusikan bahwa data tidak memiliki gejala autokorelasi. Uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada uji ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

4.4. Uji Model

4.4.1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan fit (layak) dan digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai signifikan uji F yang digunakan < 0,05 (Ghozali, 2018). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,987	3	11,329	10,941	,000 ^b
	Residual	241,259	233	1,035		
	Total	275,246	236			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DAR						

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa uji F memiliki nilai F sebesar 10,941 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan F < 0,05. Maka dapat ditarik konklusi bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, dan profitabilitas berimbas terhadap nilai perusahaan sehingga bisa dikatakan bahwa model penelitian ini sudah fit (layak).

4.4.2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi guna sebagai metode yang mengevaluasi dampak faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas pada nilai perusahaan (Ghozali, 2018). Tabel 6 menyajikan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	,323	,312	1,017569

a. Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DAR

Mengacu hasil studi pada tabel 6 di atas, hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) menunjukkan nilai 0,312 atau 31,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dalam variabel ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas berpengaruh dalam menjelaskan variasi dalam variabel nilai perusahaan, sisanya 68,8% dapat dipaparkan oleh faktor lain yang tidak terdapat di dalam penelaahan ini.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan guna menguji hubungan antara peran ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tabel 7 memperlihatkan hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	4,667	1,112	4,198	,000
	SIZE	-,132	,040	-3,262	,001
	DAR	1,359	,366	3,712	,000
	ROA	4,142	,784	5,283	,000

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil data yang sudah diolah pada tabel 7 di atas, maka model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$PBV = 4,667 - 0,132SIZE + 1,359DAR + 4,142ROA + e$$

4.6. Uji t

Dalam uji t yang digunakan untuk menganalisis seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji t dapat dilihat pada tabel 7. Berlandaskan temuan pengujian pada tabel 4.12 di atas, uji t dapat dijelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yaitu dimana lebih kecil dari 0,05. Nilai coefficients beta sebesar -0,132 yaitu menunjukkan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.

Variabel *leverage* memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Nilai coefficients beta sebesar 1,359 yang berarti menunjukkan arah positif. Ini mengindikasikan bahwa *leverage* memberikan dampak positif terhadap valuasi entitas. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa *leverage* berkontribusi secara positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Nilai coefficients beta sebesar 4,142 yang berarti menunjukkan arah positif. Ini mengindikasikan bahwa profitabilitas berdampak signifikan terhadap valuasi entitas. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan dapat diterima.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil riset mengindikasikan bahwa dimensi korporasi memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Konsumsi Primer yang terdaftar di BEI periode 2020 - 2022. Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan terkait dengan besarnya total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan dan diikuti oleh pemanfaatan aset yang optimal akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian ini, ukuran perusahaan bukan

menjadi fokus utama pertimbangan bagi para investor dalam berinvestasi. Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dikuasai oleh entitas tersebut untuk mendukung aktivitas operasionalnya, di mana semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan total aset yang signifikan memberikan keleluasaan lebih kepada pihak manajemen dalam mengalokasikan dan memanfaatkan sumber daya aset yang tersedia. Peningkatan penggunaan aset sulit diawasi oleh *top management* sehingga terjadi pemborosan dalam memaksimalkan aset yang ada. Minimnya pengawasan mengakibatkan penurunan kinerja perusahaan, yang berimplikasi pada berkurangnya laba yang dihasilkan dan berpotensi merusak kepercayaan investor. Hal terkait akan berimbas pada penurunan saham dan mengakibatkan nilai perusahaan tersebut menurun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kristianti & Jonnardi (2022), dan Nurmindia dkk (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Dahlia (2015), Afifawati, dkk (2022), Rivandi & Agus (2022), dan Dewantari dkk (2019) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Konsumsi Primer yang terdaftar di BEI periode 2020 – 2022. *Leverage* menggambarkan besar kecilnya tingkat ketergantungan perusahaan dalam struktur modal terkait sumber pendanaan yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Dengan *leverage* yang lebih tinggi, valuasi perusahaan akan meningkat. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang menghasilkan profit cenderung menghindari penjualan saham dan lebih memilih memperoleh modal baru melalui utang. Jika utang tersebut dapat dikelola secara efektif, tingkat utang yang tinggi tidak akan menjadi kendala. Keputusan dalam mengelola *leverage* yang efektif akan merendahkan biaya modal yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga memperlihatkan perusahaan sehingga memiliki kinerja yang baik dan memberikan dampak positif untuk perusahaan maupun pemegang saham. Peningkatan utang mencerminkan keyakinan perusahaan terhadap prospek masa depan, menjadikannya sinyal positif yang dapat dijadikan pedoman bagi investor. Melalui pembiayaan yang kokoh dalam suatu perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifawati Dkk (2022), Rudangga dan Gede Merta (2016). Sementara hasil penelitian ini bertentangan pada penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Dahlia (2015), Rivandi dan Berta (2022), Nurmindia Dkk (2017), Putra dan Sunarto (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.7.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Studi ini mengungkapkan bahwa, dalam rentang waktu 2020–2022, kemampuan menghasilkan laba berpengaruh terhadap nilai korporasi di sektor industri konsumsi dasar yang terdaftar di Bursa Efek. Profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan korporasi dalam meraih laba dalam menyelenggarakan kegiatan operasionalnya dengan mengaplikasikan ekuitas. Profitabilitas dalam penelitian ini memiliki arah positif yang berarti bahwa makin tinggi derajat profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, semakin baik performanya, yang pada akhirnya akan memperkuat kapasitas perusahaan untuk memenuhi pembayaran dividen. Situasi ini akan menarik minat investor untuk menginvestasikan modal dengan lebih mudah serta meningkatkan harga saham perusahaan tersebut sehingga dapat mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan. Karena pengembalian yang diraih tinggi, investor akan menaruh kepercayaan pada entitas yang mampu menghasilkan keuntungan signifikan. Sebagai dampaknya, manajer perusahaan akan memanfaatkan kondisi ini untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk ekuitas. Hasil telaah ini mendukung kajian yang dilakukan oleh Rachmawati & Dahlia (2015), Rivandi & Agus (2022), Kristianti & Jonnardi (2022). Sementara hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifawati Dkk (2022), Putra dan Sunarto (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini dilakukan untuk menguji terkait konsekuensi ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2022. Kesimpulan dari uji yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terdapat beberapa data yang tidak normal sehingga dilakukan outlier atau pemangkasan data pada perusahaan sektor industri konsumsi primer yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. Selain itu, penelitian ini hanya dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 31,2%, dan sisanya sebesar 68,8% dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

Saran yang diberikan yaitu Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat menambahkan periode tahun dalam penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan objek penelitian lain. Dalam hal ini tidak hanya terpaku pada perusahaan sektor industri konsumsi primer saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifawati, Nisrina., Dkk. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of March Management Research*, 4(1), 100-113.
- Dewantari, Ni Luh., Dkk. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI. *Jurnal Prospek* 1(2), 74-83.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Imam., Khusnul Khotimah. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Periode 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 10(1), 1-8.
- Hidayat, Wastam. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, return on equity dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia. *E-Journal FEB Unmul* 21(1), 67-75.
- Kristianti, Lucia Evalina., Jonnardi. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 4(2), 550-559.
- Nurminda, Aniela., Deannes, I., & Annisa N. (2017). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Proceeding of Management*, 4(1).
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149-157.
- Putra, Rafi Dima., Rilla Gantino. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 11(1), 81-96.
- Putra, Sendy Andika., Dewi Urip Wahyuni. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10(5), 1-19.
- Rachmawati, Dwi., & Dahlia, B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 18(1), 1-18.
- Rivandi, Muhammad., Berta Agus Petra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(8), 2571-2580.
- Rudangga, I Gusti N., Gede, Merta S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394-4420.

www.idx.co.id

www.idnfinancials.com

www.bi.go.id

Biodata Penulis



Felicia Septiana Gunawan, lahir di Tulungagung pada tanggal 11 September 1999. Menempuh pendidikan S1 Akuntansi di Universitas Stikubank Semarang. Penulis dapat dihubungi melalui email: feliciaseptianagunawan@mhs.unisbank.ac.id



Cahyani Nuswandari, lahir di Tegal tanggal 9 Januari 1974. Penulis meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam program studi Akuntansi dari STIE STIKUBANK Semarang tahun 1999, kemudian telah menempuh Pendidikan Profesi Akuntansi pada tahun 2005 di Universitas Diponegoro. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat lanjut dengan meraih gelar Magister Sains (M.Si) pada tahun 2008 di Universitas Diponegoro. Saat ini, penulis aktif sebagai Dosen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.