

APAKAH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE BERPENGARUH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020

Billy Oshan Savano¹, Sri Handayani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
Billysavano@gmail.com

ABSTRAK

Investor yang memiliki kepentingan dalam memaksimalkan kesejahteraannya membutuhkan informasi yang relevan seperti nilai perusahaan untuk mendukung keputusan investasi. Tujuan daripada penelitian ini ialah untuk menganalisis baik secara simultan maupun parsial pengaruh profitabilitas diprosikan *net profit margin*, ukuran perusahaan diprosikan \ln . total penjualan, dan *leverage* diprosikan *debt to asset ratio* terhadap nilai perusahaan diprosikan *price to book value ratio* menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas dengan alat analisis regresi linier berganda, menggunakan 123 data sampel laporan keuangan dengan hasil penelitian profitabilitas (NPM), ukuran perusahaan (\ln . total penjualan), dan *leverage* (DAR) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Sedangkan secara parsial berurutan, profitabilitas (NPM), ukuran perusahaan (\ln . total penjualan), dan *leverage* (DAR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kata kunci: Profitabilitas, *net profit margin*, ukuran perusahaan, \ln total penjualan, *leverage*, *debt to asset ratio*, nilai perusahaan, *price to book value ratio*

ABSTRACT

Investors who have an interest in maximizing their welfare need relevant information such as firm value to support investment decisions. The purpose of this study is to analyze either simultaneously or partially the effect of profitability on net profit margins, firm size on proxied by logarithm natural of total sales, and leverage are proxied by debt to asset ratio to firm value proxied by price to book value ratio using quantitative research methods with causality research using multiple linear regression analysis tool, using 123 financial statement sample data with research results profitability (NPM), firm size (\ln . total sales), and leverage (DAR) simultaneously affect firm value (PBV). While partially sequentially, profitability (NPM), company size (\ln . total sales), and leverage (DAR) have a positive effect on firm value (PBV)

Keywords: Profitability, net profit margin, company size, \ln total sales, leverage, debt to asset ratio, firm value, price to book value ratio

PENDAHULUAN

Investor melakukan investasi dengan mengorbankan modal atau sumber daya yang dimilikinya dalam harapan atau upaya untuk mencapai kesejahteraan dalam bentuk keuntungan atau *return* pada instrumen investasi tertentu, tentunya membutuhkan informasi dalam mendukung pertimbangan keputusannya dalam menilai kelayakan atas risiko dan harapan terhadap keputusan penanaman modal yang akan dilakukan (Efendi & Idayati, 2020).

Nilai perusahaan berguna penilaian kinerja perusahaan, tingkat kesejahteraan perusahaan ataupun tingkat kemakmuran pemegang saham perusahaan dalam rangka untuk mendukung pertimbangan keputusan investasi (Indrarini, 2019). Sehingga, nilai perusahaan juga menjadi bagian penting dalam perusahaan.

Profitabilitas berguna bagi pemegang saham untuk memberikan dukungan terkait informasi dalam kemungkinan tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga bagi *shareholder*, sehingga

informasi profitabilitas menjadi daya tarik yang kuat dalam memberikan keyakinan banyak investor untuk menanamkan modal pada perusahaan (Hery, 2017).

Ukuran perusahaan berkaitan pada kemampuan *going concern* perusahaan, serta informasi terkait sumber daya dalam menghasilkan keuntungan (Hery, 2017).

Faktor ketiga ialah *leverage* digunakan untuk mengetahui proporsi daripada aset perusahaan terdapat utang (Kasmir, 2016). Menurut Hery (2017), *leverage* dapat memberikan informasi terkait potensi dan risiko pendanaan perusahaan.

Sektor industri barang konsumsi menjadi salah satu kontributor pendapatan yang besar karena memiliki daya tarik investor yang besar. Sektor barang konsumsi juga dikenal sebagai salah satu sektor dengan jumlah perusahaan terdaftar terbanyak di BEI, dikenal luas oleh masyarakat, dan sebagai pemegang peranan penting dalam industri yang menyediakan kebutuhan penting di Indonesia.

Motivasi yang mendasari penelitian ini ialah masih terdapatnya hasil dari penelitian sebelumnya yang belum konsisten serta keinginan untuk menganalisis apakah informasi akuntansi masih merupakan informasi masih dapat dipergunakan dalam proses pengambilan keputusan.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Michael Spence (1973), menyatakan bahwa teori sinyal merupakan teori yang berusaha menjelaskan mengenai peran dari komunikasi dua pihak atas suatu informasi. Peran dari pihak internal perusahaan ialah sebagai pihak yang mengirimkan informasi sebagai sinyal kepada pihak luar seperti investor yang dikenal dalam perannya sebagai penerima sinyal yang telah disampaikan oleh manajemen perusahaan.

Teori sinyal bertujuan menginformasikan tindakan ataupun rencana internal perusahaan yang belum diketahui oleh pihak eksternal perusahaan seperti investor yang kemudian diharapkan informasi atau sinyal dapat dimanfaatkan ketika investor dapat mengartikan sinyal tersebut sebagai sinyal positif ataupun sinyal negatif dalam menentukan nilai suatu perusahaan yang dapat diinterpretasikan dengan harga saham (Brigham & Houston, 2019).

Teori Relevansi Nilai (*Value Relevance Theory*)

Francis dan Schipper (1999), ialah pengemuka awal mengenai teori ini (Barth et al., 2021). Relevansi nilai adalah teori yang menyatakan bahwa informasi akuntansi memiliki manfaat dalam mendukung keputusan investasi yang didasarkan pada informasi laporan keuangan (Sri Handayani, 2018).

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) berpendapat bahwasanya dasar hubungan akan terjadi saat seorang *principal* memperkerjakan seorang *agent* dalam rangka menjalankan suatu tugas atau pekerjaan yang berkaitan dengan proses pengambilan suatu keputusan.

Teori keagenan berkaitan dengan nilai suatu perusahaan karena perusahaan memiliki hubungan serupa antara pemilik perusahaan atau *shareholder* sebagai *principal* serta manajemen perusahaan sebagai pengelola perusahaan sebagai *agent*. Hubungan antara *principal* dan *agent* diperusahaan ini juga tidak lepas dari konflik karena pemisahan fungsi serta informasi antara *principal* dan *agent*. Konflik tersebut muncul secara alami karena perbedaan kepentingan dan ketersediaan akses antara kedua belah pihak.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sebagai daya tarik investor menggambarkan keyakinan investor dalam mempertimbangkan keputusan suatu investasi terkait saham perusahaan serta indikator kesejahteraan pemilik perusahaan (Riska Franita, 2018).

Proksi PBV digunakan karena dapat memberikan informasi analisis nilai perusahaan terkait nilai harga pasar saham dibandingkan. *book value per share* (BVPS) yang dihitung berdasarkan total ekuitas dibagi dengan jumlah saham beredar.

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Penutupan (30 Mei t + 1)}}{BVPS} \quad (1)$$

Profitabilitas

Profitabilitas dapat diperoleh dengan membandingkan pengelolaan kinerja aset dan atau ekuitas perusahaan dengan kinerja laba. Semakin besar perolehan laba perusahaan dapat menyakinkan investor dalam berinvestasi pada saham perusahaan, karena dengan tingkat perolehan laba yang besar meningkatkan harapan investor untuk memperoleh keuntungan yang sama dalam bentuk dividen ataupun *capital gain* (Hery, 2017).

Net profit margin (NPM) merupakan proksi profitabilitas kerap kali digunakan karena perhitungan margin laba bersih setelah pajak dan bunga dibandingkan dengan pendapatan perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai performa perusahaan secara keseluruhan dari efisiensi harga pokok penjualan, beban operasi, hingga pajak perusahaan. Penggunaan margin laba bersih setelah pajak juga dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam membayarkan dividen serta kemampuan membayar utang kreditur berdasarkan performa kinerja perusahaan keseluruhan.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Penjualan}} \quad (2)$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai pengklasifikasian suatu kelompok perusahaan berdasarkan suatu kriteria tertentu yang dapat berupa sumber daya maupun kinerja performa dari perusahaan tersebut. Penggunaan kriteria Ln total penjualan dalam mengukur suatu perusahaan dapat memberikan informasi performa perusahaan terhadap pasar dan sebagai salah satu daya tarik bagi investor (Hery, 2017).

Berikut merupakan klasifikasi UU no. 20 Thn 2008 Badan Standarisasi Nasional (Sulistiono, 2010):

1. Perusahaan Kecil
Total penjualan Rp.300.000.000 hingga Rp.2.500.000.000.
1. Perusahaan Menengah
Total penjualan Rp.2.500.000.000 hingga Rp.50.000.000.000.
2. Perusahaan Besar
Total penjualan lebih besar daripada Rp.50.000.000.000.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Penjualan} \quad (3)$$

Leverage

Leverage menginformasikan perihal proporsi sumber daya perusahaan dibandingkan dengan utangnya. *Leverage* perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa sumber daya daripada struktur permodalan perusahaan didominasi oleh utang. Sedangkan semakin rendah nilai *leverage* perusahaan, maka dapat diartikan bahwa struktur pendanaan perusahaan yang berasal dari modal pemilik lebih besar daripada utang. Pengukuran *leverage* dapat memberikan manfaat berupa informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, besarnya potensi sumber daya perusahaan yang berasal dari utang, serta tingkat risiko potensi gagal bayar kewajiban perusahaan (Kasmir, 2016).

Proksi DAR dianggap dapat menjadi sorotan utama debitur dan investor sebagai pertimbangan risiko dan peluang mengenai utang yang dimiliki perusahaan.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \quad (4)$$

Hipotesis Penelitian

- H1 : Diduga profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 : Diduga profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H3 : Diduga ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H4 : Diduga *leverage* secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif berjenis kausalitas serta penggunaan data kuantitatif yang bersumber dari data keuangan laporan keuangan perusahaan dengan 210 populasi hingga pengambilan 123 data sampel yang dilakukan dengan teknik pemilihan sampel berdasarkan *purposive sampling* selama 3 tahun pada 41 perusahaan. Bantuan program SPSS digunakan dalam melakukan pengujian dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profits	123	-2,25	,38	-.0227	,30756
Ukm_Per	123	130355000	114477311000000	16836366764853,70	27527951820861,400
Leverage	123	,14	1,93	,5119	,27439
Nilai_Perusahaan	123	-,17	55,98	3,8334	9,00723
Valid N (listwise)	123				

Diketahui data sampel variabel yang digunakan, jumlah sampel data yang dipakai (N), serta penjelasan data lainnya seperti nilai minimum dan maksimum, mean, hingga standard deviasi variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas Data Sebelum *Outlier* dan Transformasi Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameter	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,34618635
Most Extreme Difference	Absolute	,295
	Positive	,295
	Negative	-,208
Test Statistic		,295
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Tabel 3. Uji Normalitas Data Setelah *Outlier* dan Transformasi Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameter	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99756581
Most Extreme Difference	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,043
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,169 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pada awal pengujian normalitas data terlihat tabel Kolmogorov-smirnov dengan hasil Asymp. Sig 0,000 atau < 0,05 menunjukkan hasil tidak terdistribusi dengan normal. Sehingga dilakukan pengolahan data lanjutan yang berupa transformasi data pada variabel ukuran perusahaan dan nilai perusahaan menggunakan logaritma natural (ln) serta dilakukan outlier atau mengeluarkan data

sebanyak 3 data dari 123 data sehingga pada pengujian normalitas data selanjutnya dapat berdistribusi normal karena telah memenuhi kriteria asymp sig > 0,05.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Profits	,823	1,215
	Ukuran_Perush	,911	1,097
	Leverage	,884	1,131

a. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn

Berdasarkan uraian pada tabel, terlihat nilai *tolerance* dan VIF pada ketiga variabel independen tidak menunjukkan kriteria multikolinieritas yang dibuktikan dengan hasil uji yang memenuhi kriteria bebas multikolinieritas dengan nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

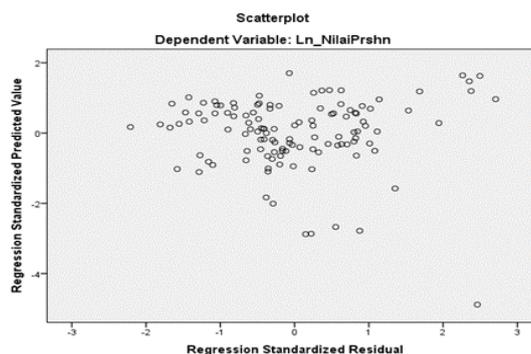
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,562 ^a	,316	,298	1,01038	1,935

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran_Perush, Profits
b. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn

Berdasarkan hasil autokorelasi menggunakan ringkasan model Durbin-Watson pada tabel, hasil pengolahan nilai data Durbin-Watson yang dihasilkan ialah sebesar 1,935422. Nilai Durbin-Watson pada data tersebut berarti data bebas atau tidak terdapat autokorelasi yang dapat dibuktikan dengan uji kriteria kesimpulan yang dilakukan pada tabel yang menghasilkan kesimpulan bahwa data DW 1,935422 memenuhi kriteria $dU < DW < 4-dU$ atau $1,7536 < 1,935422 < 2,2464$ dapat diterima.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan dari uraian hasil uji heteroskedastisitas yang terlihat pada gambar, dapat diketahui bahwa sebaran data pada grafik *Scatterplot* tidak membentuk pola tertentu serta menyebar secara tidak beraturan atau acak. Sehingga disimpulkan atau diartikan bahwasanya nilai *variance* residual data tidak ditemukannya indikasi heteroskedastisitas.

Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,119	1,211		-4,227	,000
	Profits	2,024	,459	,373	4,409	,000
	Ukuran_Perush	,166	,042	,317	3,946	,000
	Leverage	1,447	,460	,257	3,145	,002

a. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn

Berdasarkan uraian data hasil uji pada tabel mengenai pengujian persamaan regresi didapatkan nilai dari fungsi persamaan regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (5)$$

$$Y = -5,119 + 2,024 X_1 + 0,166 X_2 + 1,447 X_3 + e \quad (6)$$

Atau dapat diartikan:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta_1 \text{Profitabilitas} + \beta_2 \text{Ukuran perusahaan} + \beta_3 \text{Leverage} + e \quad (7)$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Perusahaan} \\ = -5,119 + 2,024 \text{ Profitabilitas} + 0,166 \text{ Ukuran Perusahaan} + 1,447 \text{ Leverage} \\ + e \quad (8) \end{aligned}$$

Berdasarkan fungsi persamaan regresi linier berganda diatas maka berikut merupakan penjelasan dari keterkaitan nilai fungsi tersebut:

1. Konstanta α
Konstanta α senilai -5,119 satuan, berarti bahwa jika nilai daripada ketiga variabel independen sama dengan 0 satuan atau tetap, maka dapat diketahui nilai dari variabel dependen -5,119 satuan
2. Koefisien Variabel Profitabilitas (β_1)
Nilai dari koefisien variabel profitabilitas dapat diketahui senilai 2,024 satuan memiliki arti bahwa jika nilai daripada variabel profitabilitas (X_1) ditingkatkan senilai 1 satuan, maka akan mempengaruhi perubahan nilai pada variabel nilai perusahaan (Y) yang akan meningkat sebesar 2,024 satuan
3. Koefisien Variabel Ukuran Perusahaan (β_2)
Nilai daripada koefisien variabel ukuran perusahaan dapat diketahui yaitu senilai 0,166 satuan memiliki arti bahwa jika nilai variabel ukuran perusahaan (X_2) ditingkatkan senilai 1 satuan, maka akan mempengaruhi perubahan nilai variabel dependen senilai 0,166 satuan
4. Koefisien Variabel *Leverage* (β_3)
1,447 nilai koefisiensi *leverage* memiliki arti bahwa jika nilai variabel *leverage* (X_3) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan mempengaruhi perubahan nilai pada variabel nilai perusahaan (Y) yang akan meningkat sebesar 1,447 satuan.

UJI HIPOTESIS

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,688	3	18,229	17,857	,000 ^b
	Residual	118,421	116	1,021		
	Total	173,109	119			

a. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn
b. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran_Perush, Profits

Diketahui nilai signifikansi 0,000. Nilai tersebut berarti bahwa kriteria signifikansi memenuhi $0,000 < 0,05$. Sehingga H_{a1} diterima dan berarti bahwasanya terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 9. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,119	1,211		-4,227	,000
	Profits	2,024	,459	,373	4,409	,000
	Ukuran_Perush	,166	,042	,317	3,946	,000
	Leverage	1,447	,460	,257	3,145	,002

a. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn

Merujuk uraian pengujian diketahui bahwa nilai sig dari ketiga variabel independen < 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa secara parsial, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga berarti H_{a2}, H_{a3}, dan H_{a4} dapat diterima. Selanjutnya arah pengaruh korelasi dapat dilihat dari ketiga nilai *Unstandardized Coefficients* β berkoefisien positif yang berarti bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh secara positif atau searah terhadap variabel nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 ^a	,316	,298	1,01038

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran_Perush, Profits

b. Dependent Variable: Ln_NilaiPrshn

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui adjusted R² pada hasil uji senilai 0,298 atau dapat berarti 29,8%. Sehingga hal ini menunjukkan penggunaan ketiga variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh determinasi sebesar 29,8% terhadap nilai perusahaan serta koefisien determinasi lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 70,2% ditentukan oleh variabel diluar penelitian.

PEMBAHASAN PENGARUH ANTAR VARIABEL

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian simultan pada penelitian sesuai dengan dugaan hipotesis awal penelitian (H1). Profitabilitas dengan proksi NPM dapat memberikan gambaran terkait kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan yang diperlukan investor dalam mengambil keputusan pembelian saham perusahaan.

Ukuran perusahaan dengan proksi ln total penjualan dapat memberikan cerminan seberapa besar atau kecilnya kemampuan kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dibutuhkan dalam meyakinkan investor dalam melakukan investasi pada saham perusahaan.

Leverage yang diproksikan dengan DAR dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan karena DAR dapat memberikan gambaran mengenai proporsi utang terhadap aset perusahaan serta dapat memberikan gambaran terkait risiko ataupun peluang perusahaan dalam mengelola dana tersebut.

Uraian tersebut sesuai dengan hasil daripada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Itsnaini dan Subarjo (2017), Utama dan Lisa (2018), dan Rudangga serta Sudiarta (2016).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian sesuai dengan dugaan hipotesis awal (H2). Profitabilitas dengan proksi NPM memberikan informasi terkait pengukuran kinerja perusahaan secara keseluruhan dalam mencari keuntungan diperlukan bagi investor sebagai penilaian profitabilitas yang diproksikan dengan NPM guna memberi harapan bagi pertimbangan keputusan investor untuk memberikan sinyal terkait

harapan dari keuntungan yang mungkin didapat seperti deviden dari laba, harapan *return* ataupun *gain* yang didapat dari perubahan harga beli terhadap harga jual saham perusahaan.

Berdasarkan pembahasan, diketahui uraian penelitian mendukung pernyataan Abdul Chadjib Halik (2018), serta Suhendah dan Rendy (2020), yang memberikan pernyataan bahwasanya profitabilitas memiliki pengaruh ke arah yang positif dan signifikan dalam kaitan hubungannya dengan nilai perusahaan. Namun menurut hasil penelitian Mannopo dan Arie (2016), menyimpulkan sebaliknya karena NPM dianggap belum tentu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang sebenarnya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis sesuai dengan dugaan hipotesis awal (H3) terkait pengaruh ukuran perusahaan. Proksi *In total penjualan* digunakan sebagai indikator variabel ukuran perusahaan. Data sampel didominasi oleh ukuran perusahaan berskala besar. Proksi *In total penjualan* menggambarkan kondisi keuangan, kinerja operasional serta pengelolaan sumber daya perusahaan yang dapat mendukung keyakinan investasi pada saham perusahaan yang dapat berarti juga peningkatan penilaian perusahaan.

Hasil dari penelitian didukung oleh Rudangga dan Sudiarta (2016) dengan pernyataannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil dari penelitian ini berbeda dari hasil penelitian Kamluddin (2018) yang menyatakan sebaliknya karena ukuran perusahaan berdasarkan perhitungan total penjualan belum tentu memberikan informasi mengenai laba atau keuntungan yang pasti terhadap investor.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui membantah dugaan hipotesis awal (H4) karena *leverage* lebih memberikan pengaruh yang positif daripada pengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Dugaan awal hipotesis H4 menganggap bahwa *leverage* sebagai risiko bagi investor dengan dasar asumsi toleransi dan selera risiko investor yang konservatif, Sedangkan pengujian mengungkapkan bahwa *leverage* dengan proksi DAR berpengaruh positif karena peningkatan utang disertai dengan peluang atau potensi pengelolaan sumber daya perusahaan yang semakin besar. Pengelolaan dana dari proporsi utang yang besar tersebut dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan. Sehingga hal tersebut dapat menjadi informasi yang relevan dalam mendukung keputusan investasi investor serta menjadi kabar baik dalam melakukan investasi terhadap perusahaan yang dapat ditandai dengan meningkatnya respon permintaan saham perusahaan di pasar yang juga sebagai indikator meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil yang didapatkan didukung oleh Audrey (2018) serta Utama dan Lisa (2018) yang menyatakan terkait pengaruh signifikan positif *leverage* terhadap nilai perusahaan timbul karena perusahaan dapat mengelola kinerja keuangan dengan baik, sehingga peluang ataupun potensi dalam memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan dengan kemungkinan risiko atas kerugian yang dapat ditimbulkan seperti terkait dengan risiko gagal bayar atas kewajiban perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan pernyataan yang berbanding terbalik dari hasil penelitian dari Itsnaini dan Subardjo (2017) yang justru menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dengan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Temuan Penelitian

Profitabilitas dengan proksi NPM memiliki koefisiensi pengaruh paling besar diantara ketiga variabel independen yang digunakan dengan arah positif. Profitabilitas dapat mempengaruhi pertimbangan investor dalam mengukur kinerja perusahaan yang seperti kinerja operasional maupun keuangan perusahaan, kinerja atau performa perusahaan yang baik dapat menjadi pertimbangan dalam mendorong penilaian investor untuk tertarik dalam berinvestasi terhadap saham suatu perusahaan. Sehingga semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan, maka akan membuat penilaian investor terhadap nilai suatu perusahaan semakin tinggi.

Ukuran perusahaan yang menggunakan proksi Ln. total penjualan memiliki pengaruh yang positif dengan koefisien regresi paling kecil diantara ketiga variabel independen. Informasi terkait ukuran perusahaan yang semakin meningkat dapat diartikan sebagai informasi ketersediaan sumber daya perusahaan yang dapat dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam *survive* ataupun berkembang dalam faktor keberlanjutan usahanya dengan lebih baik serta kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dengan baik dengan performa penjualan perusahaan yang baik meningkatkan keyakinan investor dalam berinvestasi pada saham perusahaan.

Leverage dengan proksi DAR berpengaruh positif dalam kaitannya dengan nilai suatu perusahaan dengan koefisien pengaruh kedua diantara ketiga variabel independen. *Leverage* dapat berpengaruh positif karena perusahaan dapat dengan baik mengelola penggunaan dana utang dengan baik, sehingga risiko terkait gagal bayar utang jatuh tempo pada perusahaan dapat diminimalisir dengan peningkatan performa ataupun kinerja keuangan. Informasi terkait kemampuan pengelolaan dana yang baik serta potensi keuntungan yang lebih besar tersebut dapat menjadi pertimbangan yang dapat mendorong investor dalam berinvestasi terhadap saham perusahaan

Uraian daripada hasil, pembahasan, dan temuan penelitian mendukung teori relevansi nilai. Investor yang memiliki kepentingan dalam mengedepankan kesejahteraan dan kemakmurannya terkait pengambilan keputusan dalam berinvestasi membutuhkan informasi akuntansi yang relevan untuk dapat mendukung proses pengambilan keputusan tersebut. Teori relevansi nilai menyatakan bahwa informasi akuntansi yang didapatkan dari laporan keuangan memiliki manfaat, sehingga dapat mendukung keputusan investor di pasar modal (Sri Handayani, 2018). Informasi akuntansi tersebut dapat berupa perhitungan rasio NPM untuk menunjukkan kinerja dari aspek profitabilitas, rasio Ln total penjualan yang menunjukkan kinerja ukuran perusahaan dan rasio *leverage* yang menunjukkan kinerja dari aspek kemampuan perusahaan dalam mengelola dan melunasi utangnya (Sri Handayani, 2018). Apabila kinerja perusahaan dari segi fundamental baik, maka akan mempengaruhi pengambilan keputusan investor dengan memberikan informasi secara positif juga, sehingga dapat mempengaruhi harga saham (Ayi Aisyah Nur Aripin & Sri Handayani, 2020).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian:

1. Profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
2. Profitabilitas secara parsial berpengaruh secara signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
3. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
4. *Leverage* secara parsial berpengaruh secara signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Chadhib Halik. (2018). Pengaruh ROA dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan pada PT Antam, Tbk. *Management and Business*, 1(1). <https://media.neliti.com/media/publications/296683-pengaruh-roa-dan-npm-terhadap-nilai-peru-0275edf6.pdf>
- Audrey Tunggal, C. (2018). *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Tahun 2014-2016) pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

- Ayi Aisyah Nur Aripin, & Sri Handayani. (2020). Pengaruh Economic Value Added, Earning Per Share Debt To Total Asset Ratio Dan Asset Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Civitas Academica Universitas Esa Unggul*, 1(1).
<https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/59>
- Barth, M. E., Li, K., McClure, C. G., Thank, W., Athey, S., Clinch, G., Dou, Y., Hann, R., Holthausen, B., Imbens, G., Ittner, C., Joo, Y., Jorgensen, B., Kang, J., Mackey, L., Scott, T., So, E., Srivastava, A., Starica, C., ... Xiao, Y. (2021). *Evolution in Value Relevance of Accounting Information Evolution in Value Relevance of Accounting Information Evolution in Value Relevance of Accounting Information*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management*.
- Efendi, M. F., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9 No 1.
- Francis, J., & Schipper, K. (1999). Have Financial Statements Lost Their Relevance? *Journal of Accounting Research*, 37(2), 319. <https://doi.org/10.2307/2491412>
- Hery, S. E., M. Si., CRP., RSA., CFRM. (2017). *Riset Akuntansi*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Riset_Akuntansi/tsRGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- I Gusti Ngurah Gede Rudangga, & Gede Merta Sudiarta. (2016). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7). <https://media.neliti.com/media/publications/243363-pengaruh-ukuran-perusahaan-leverage-dan-6ab05efc.pdf>
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)* (Nur Azizah, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
https://books.google.co.id/books?id=4wTFDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Iqbal Kamluddin. (2018). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG TERMASUK DALAM MOST TRUSTED INDONESIA*.
<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21754>
- Itsnaini, H. M., & Subardjo, A. (2017). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN SOLVABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMODERASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4). [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua* (2nd ed.). Prenada Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen_Kuangan/IW9ADwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Manoppo, H., & Arie, F. (2016). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2014. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13082>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling Author (s): Michael Spence Reviewed work (s): Published by : Oxford University Press. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3).
- Sri Handayani. (2018). *Seminar Akuntansi Keuangan, Dilengkapi dengan Hasil Riset*. Universitas Esa Unggul.
- Suhendah Rouilita, & Rendy. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. In *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara* (Vol. 2).
- Sulistiono. (2010). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008*. 1–114.
- 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). <http://jsma.stan-im.ac.id/wp-content/uploads/2018/07/03-Dedi-R.pdf>