

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

Uswahhasanah¹, Mukhlizul Hamdi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi , Universitas Bung Hatta, Padang

Email :

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017- 2021, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang didapat adalah sebanyak 52 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *www.idx.co.id*. Data di olah dengan menggunakan SPSS 21. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa seluruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

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

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan [1]. Nilai perusahaan sendiri selain digambarkan pada harga saham suatu perusahaan yang digunakan dalam mengukur tingginya nilai perusahaan, juga dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya menggunakan alat ukur *price tobook value*. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga nilai perusahaan sangat penting dalam mengukur kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi para calon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Menurut [2], menyatakan bahwa harga

saham yang tinggikan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula..

Fenomena terlihat jelas pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman selama tahun 2017 hingga tahun 2020 sangat bervariasi serta mengalami peningkatan dan penurunan yang sangat fluktuatif dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut banyak dari perusahaan tersebut yang mengalami krisis akibat pandemi yang berdampak negatif pada pasar modal, hal ini terlihat pada penurunan harga saham dan kinerja keuangan perusahaan [3]. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu banyak perbedaan pandangan tentang hasil penelitian, adanya perbedaan tahun penelitian dan perbedaan objek penelitian yang menggunakan perusahaan manufaktur.

TEORI SINYAL (SIGNALING)

Teori sinyal merupakan salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Informasi mengenai kondisi perusahaan. Sinyal tersebut dapat berwujud dalam berbagai bentuk, baik secara langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan untuk dapat mengetahuinya. Teori sinyal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena teori ini memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan melalui laporan keuangan untuk mengurangi perbedaan informasi

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari BEI, berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diambil dari www.idx.co.id. Metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Dengan kriteria : perusahaan yang terdaftar BEI tahun 2017-2021, perusahaan yang tidak mengalami delisting selama penelitian, perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan lengkap, dan tidak menggunakan mata uang asing. Pada penelitian ini yang menjadi Populasi adalah perusahaan manufaktur dan sampelnya adalah 52 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

Penelitian ini menggunakan tiga kategori variabel yaitu variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diuji dengan PBV. Variabel kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS 21 diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Sig	Cut Off	Kesimpulan
Constanta	-4,433	0,000		
U.P	0,133	0,000	0,05	Diterima
<i>Leverage</i>	0,233	0,001	0,05	Diterima
Profit	4,010	0,000	0,05	Diterima
F-sig	0,000			
R ²	0,333			

Sumber : diolah dengan SPSS 21.

Dari tabel 1. diatas dapat kita lihat bahwa nilai R² sebesar 0,333. Hal ini menjelaskan bahwa variabel – variabel independen pada penelitian ini menjelaskan kontribusinya dalam mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebesar 33,30%, sedangkan 66,70% nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Nilai prob F yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebesar 0,000, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa prob F (0,000) < α (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan [4]. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Hipotesis kedua yaitu bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang cenderung menaikan utang, harga sahamnya naik begitu juga sebaliknya. Tingkat leverage yang tinggi memperlihatkan nilai utang yang besar, dengan utang yang besar, dimana utang itu dapat dijadikan modal untuk memutar kegiatan perusahaan untuk mendapatkan

laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan perusahaan yang mempunyai tingkat utangnya tinggi, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut juga berskala besar [5].

Hipotesis ketiga yaitu bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas perusahaan merangsang para investor untuk menanamkan modalnya dengan melakukan permintaan pembelian saham perusahaan. Dengan demikian, harga saham pun akan menjadi meningkat karena tingginya permintaan saham [6].

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan penting yaitu ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021

SARAN

Dari kesimpulan yang telah diperoleh penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperpanjang jangka waktu observasi, karena semakin panjang jangka waktu penelitian akan diketahui variasi yang terjadi pada nilai perusahaan suatu perusahaan untuk masa mendatang.
2. Penelitian selanjutnya perlu menambah variabel-variabel lain yang merupakan faktor dari nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Margaretha, F. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Dian Rakyat.
- [2] Wijaya, B. I., & Sedana, I. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai

Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.

- [3] Rahmani, A. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Harga Saham dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, 21(2), 252–269. <https://doi.org/10.29313/ka.v21i2.6436>
- [4] Hidayat, I., & Khotimah, K. (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. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- [5] Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- [6] Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>

