

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Selfi Afriani¹, Yesi Natalia², Apriani Berutu³

Akuntansi Keuangan Publik^{1,2,3}, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

selfigultom@polmed.ac.id¹, yesinatalia@students.polmed.ac.id²,

aprianiberutu@students.polmed.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 27 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sampai 2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang berdasarkan syarat-syarat tertentu. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Semua pengusaha mendirikan perusahaannya pastilah memiliki tujuannya masing-masing, seperti tujuannya ingin perusahaan itu maju dan memaksimalkan nilai perusahaan serta mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Nilai perusahaan sebagai fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh pemberi modal untuk berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak. Untuk bisa menarik minat pemberi modal, perusahaan memerlukan manajer keuangan yang akan melaksanakan tindakan terbaik bagi perusahaan dengan mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga kemakmuran (kesejahteraan) pemegang saham bisa tercapai. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Sektor manufaktur menjadi tulang punggung ekonomi dari tahun ke tahun yang merupakan salah satu penyumbang terbanyak kepada PDB (*Produk Domestic Bruto*). Namun, perusahaan manufaktur mengalami kemerosotan dikarenakan daya beli masyarakat yang tengah menurun. Pada tahun 2020, performa industri manufaktur mulai merangkak naik pada kuartal ke III padahal masih dalam tekanan berat. Salah satu sektor perusahaan manufaktur yang mengalami peningkatan pada tahun 2020, yang dimana tahun sebelumnya juga mengalami penurunan dan berusaha untuk meningkatkan kembali nilai perusahaannya adalah perusahaan industri barang konsumsi. Seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang pada semester I-2020 membukukan laba bersih sebesar Rp 3,37 triliun. Realisasi tersebut naik 31,12% dari capaian tahun lalu yang hanya Rp 2,57 triliun. Induk usaha ICBP, yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) membukukan kenaikan laba bersih sebesar 11,81% secara tahunan, dari Rp 2,54 triliun pada Juni 2019 menjadi Rp 2,84 triliun pada Juni 2020. Emiten farmasi PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) mencatatkan kenaikan laba bersih sebesar 10,3% secara tahunan dari Rp 1,26 triliun menjadi Rp 1,39 triliun di paruh pertama 2020. (kemenperin.go.id 2020). Nilai perusahaan industri barang konsumsi yang dilihat dari nilai PBV (*Price to Book Value*) juga mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya, beberapa nilai perusahaan dari sektor barang konsumsi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Data Nilai Perusahaan (PBV) Industri Barang Konsumsi yang Menjadi Sampel Penelitian Tahun 2016-2020

NO.	NAMA PERUSAHAAN	NILAI PBV (<i>Price Book Value</i>)				
		2016	2017	2018	2019	2020
1.	PT.Gudang Garam Tbk	3,11	3,82	3,57	2	1,35
2.	PT.Handala Mandala Sampoerna Tbk	13,04	16,13	12,2	6,85	5,79
3.	PT. Kimia Farma Tbk	8,2	6,6	6,36	0,94	3,32

4.	PT. Ultra Jaya Milk Industry	0,019	0,016	3,27	0,012	3,87
5.	PT. Chitose Internasional Tbk	1	0,87	0,78	0,78	0,63
6.	PT. Kalbe Farma Tbk	5,7	5,7	4,66	4,55	3,8
7.	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,54	0,51	0,54	0,49	2,22
8.	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	0,16	0,14	0,13	0,13	0,76
9.	PT. Mayora Indah Tbk	5,87	6,14	6,86	4,63	5,34
10.	PT. Sekar Laut Tbk	0,72	2,47	3,05	2,92	2,66

Berdasarkan, tabel 1 di atas, menerangkan bahwa nilai perusahaan jika dilihat dari nilai PBV (*Price Book Value*) perusahaan sektor barang konsumsi yang menjadi sampel penelitian tahun 2016-2020 mengalami kenaikan dan juga penurunan atau fluktuatif.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan, *leverage*, profitabilitas, struktur modal, kebijakan deviden, kebijakan hutang, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan. Beberapa faktor tersebut mempunyai relasi dan dampak terhadap nilai perusahaan yang tidak tetap (Winardi, 2001). Faktor tersebut yang mempengaruhi variabel nilai perusahaan adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan, dimana hasil penelitian Firmike Lidyatami Radja dan Gede Sri Artini (2020), Yusmaniarti (2019), Anita Prastika Tan (2018), Bhakti Fitri Prasetyorini (2013) menemukan bahwa ketiga variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian faktor-faktor penentu nilai perusahaan memberikan hasil yang berbeda sehingga menumbuhkan adanya research gap antara penelitian satu dengan penelitian yang lainnya. Menurut, Eka (2020), Firmike Lidyatami Radja dan Gede Sri Artini (2020) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, maka semakin besar laba yang dibagikan kepada investor atau pemegang saham. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang ditunjukkan oleh Pasaribu (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumajaya (2011), dan Yusmaniarti (2019) memberikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Yusmaniarti (2019) menyatakan bahwa semakin banyak jumlah hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka dinilai kurang optimalnya kinerja perusahaan dalam meningkatkan laba, sehingga untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya perusahaan harus meminjam uang dari kreditur.

Hasil penelitian Prasetyorini (2013) dan Tan (2018) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang baik dan besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal positif terhadap perusahaan (Prasetyorini, 2013). Sementara penelitian yang dilakukan oleh Roviquitos Suffah (2016) menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka alasan peneliti memilih pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan bersumber dari peneliti sebelumnya yang memiliki hasil yang berbeda. Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut : Apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menjelaskan bagaimana manajer mengirimkan sinyal kepada investor melalui laporan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi. Jika laporan keuangan yang disampaikan perusahaan menunjukkan profitabilitas perusahaan yang baik, pembayaran dividen yang besar, laporan keuangan

perusahaan akan memberikan sinyal positif kepada investor. Perusahaan berharap dapat memberikan sinyal positif berupa kabar baik dalam laporan keuangan, sehingga dapat memberikan gambaran tentang keadaan perusahaan dan membuat pihak eksternal tertarik dan percaya untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Dewi, 2018).

Nilai Perusahaan

Menurut Suad Husnan (2012 : 6) dalam Rahman (2015) Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar investor saat menjual perusahaan. Bagi emiten, harga saham yang diperdagangkan di pasar modal merupakan indikator nilai perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan (Prihapsari, 2015).

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu. Chasanah (2018), mengungkapkan bahwa profitabilitas adalah suatu keadaan performa manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Besar kecilnya keuntungan ini akan memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Kasmir, 2008 hal 8).

$$Return\ On\ Assets = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$$

Leverage

Leverage menggambarkan sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai oleh utang. Menurut (Kasmir, 2012 hal 150) Rasio *leverage* juga menunjukkan risiko yang akan dihadapi perusahaan di masa depan. Semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan, semakin besar ketidakpastian keuntungan di masa depan.

$$DER\ (Debt\ to\ equity\ Ratio) = \frac{\text{Debt}}{\text{Equity}}$$

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan yang besar sehingga akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Kemudahan tersebut akan ditangkap oleh pemberi modal sebagai sinyal positif dan prospek yang bagus sehingga ukuran perusahaan dapat memberikan dampak yang positif terhadap nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

$$Size = \text{Log}(\text{Total Aktiva})$$

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini pembuatan proposal serta penelusuran objek penelitian dan melakukan tabulasi data dari sampel yang dikumpulkan, lalu melakukan studi teoritis dan penelitian sebelumnya, menganalisis model dan pengolahan data sampai penyelesaian laporan hasil penelitian. Rancangan pada penelitian ini dimulai dari pencarian fenomena atau data-data yang diperlukan dalam penelitian sampai pada penyerahan hasil penelitian ini. Data yang diperoleh berupa data perusahaan yang dipublikasikan dalam *Annual Report* perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, membatasi sampel berdasarkan kriteria-kriteria. Dengan, sampel yang digunakan berjumlah

Profitabilitas	-0,176		0,921	0,106
<i>Leverage</i>	0,164		1,904	0,781
Ukuran Perusahaan	25,761		32,201	28,911
<i>Price to Book Value</i>	0,186		46,915	5,444
		2019		
Profitabilitas	-0,113		0,358	0,082
<i>Leverage</i>	0,169		2,909	0,773
Ukuran Perusahaan	11,461		31,624	27,894
<i>Price to Book Value</i>	0,107		12,134	2,375
		2020		
Profitabilitas	-0,207		0,349	0,060
<i>Leverage</i>	0,202		3,159	0,873
Ukuran Perusahaan	11,392		32,002	27,377
<i>Price to Book Value</i>	0,120		29,025	3,137

Uji Asumsi Klasik

Uji ini terdiri dari empat pengujian yaitu :

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi telah berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan analisis statistik non parametrik dengan uji Kolmogorov Smirnov untuk mengetahui tingkat kenormalan distribusi data, dimana jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05* maka data berdistribusi normal dan jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05* maka data tidak berdistribusi normal. Berikut tabel uji normalitas yang menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43949857
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.043
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
Sumber : Olahan SPSS yang diolah (2021)		

SQRT_X1@1	3.616	.480	.615	7.532	.000	.850	1.177
SQRT_X2@1	.758	.217	.265	3.499	.001	.988	1.012
SQRT_X3@1	.321	.444	.059	.722	.472	.855	1.169

a. *Dependent Variable: SQRT_Y@1*

Sumber : data olahan Output SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance value* variabel X1 yaitu profitabilitas sebesar 0,850, pada variabel X2 yaitu leverage sebesar 0,988, dan variabel X3 yaitu ukuran perusahaan sebesar 0,855, sedangkan nilai VIF variabel X1 profitabilitas sebesar 1,177, pada variabel X2 *leverage* sebesar 1,012, dan variabel X3 ukuran perusahaan sebesar 1,169 yang artinya nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka terbebas dari multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pada penelitian ini uji autoko-relasi menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)* dengan melihat nilai DU pada tabel DW, jika nilai $du < dw < (4-du)$ maka data tersebut bebas dari autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.672 ^a	.451	.434	.44624	.451	26.560	3	97	.000	1.986

a. Predictors: (Constant), SQRT_X3@1, SQRT_X2@1, SQRT_X1@1
b. Dependent Variable: SQRT_Y@1

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* adalah sebesar 1,986 sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) setelah di *outliers* = 122, serta k = 3 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai du sebesar 1,7552. Hasil perbandingan menunjukkan nilai du sebesar 1,7552 lebih kecil dari nilai dw sebesar 1,986 dan nilai dw sebesar 1,986 lebih kecil dari 4-du sebesar 2.2448 ($1,7552 < 1,986 < 2,2448$) sehingga memenuhi syarat $du < dw < (4-du)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak mempunyai autokorelasi.

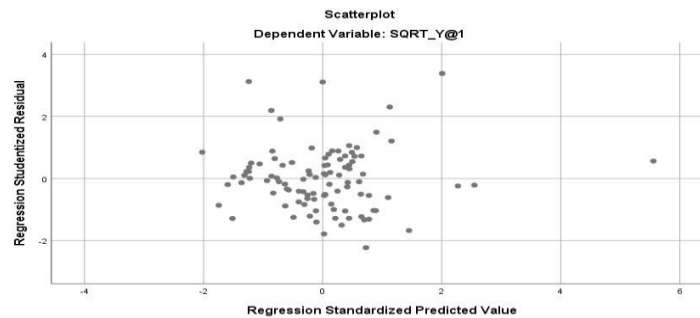
Tabel 7. Hasil Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

N	dL	k = 3
		Du
100	1.6131	1.7364
.	.	.
.	.	.
.	.	.
122	1.6645	1.7552

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat penyimpangan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* dengan melihat penyebaran titik-titik. Jika tidak

ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* :



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu, maka berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear ber-ganda. Adapun pengujian hipotesis yang diperlukan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi

Koefisien Hasil pengujian dari hipotesis tersebut dapat dilihat dari koefisien determinasi. determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut tabel koefisien determinasi:

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.672 ^a	.451	.434	.44624	.451	26.560	3	97	.000	1.986

a. Predictors: (Constant), SQRT_X3@1, SQRT_X2@1, SQRT_X1@1
b. Dependent Variable: SQRT_Y@1

Sumber: Output SPSS yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 8 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai adjusted R2 sebesar 0,434. Hal ini berarti 43,4% kemampuan variabel independen yaitu profitabilitas (X1), *leverage* (X2) dan ukuran perusahaan (X3) dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu nilai perusahaan (Y) dan sisanya 56,6 % dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (t-test)

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen yang dalam penelitian ini yaitu profitabilitas (X1), *leverage* (X2), dan ukuran perusahaan (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). Uji ini dapat dilihat dari kolom nilai signifikansi masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (*t-test*)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.958	1.246		-.769	.444		
	SQRT_X1@1	3.616	.480	.615	7.532	.000	.850	1.177
	SQRT_X2@1	.758	.217	.265	3.499	.001	.988	1.012
	SQRT_X3@1	.321	.444	.059	.722	.472	.855	1.169

a. Dependent Variable: SQRT_Y@1

Sumber: output SPSS yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji t dan pengujian data dengan regresi berganda pada tingkat signifikansi 5%. Persamaan regresi dapat dilihat dari nilai pada kolom B, maka model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,958 + 3,616X_1 + 0,758X_2 + 0,321X_3 + e$$

Dari hasil pengolahan SPSS di atas menunjukkan bahwa:

1. Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai konstanta (α) sebesar -0,958 artinya apabila semua variabel independen profitabilitas (X1), *leverage* (X2) dan ukuran perusahaan (X3) dianggap konstan atau bernilai 0, maka nilai perusahaan (Y) sebesar -0,958.
2. Hasil uji t pada variabel profitabilitas nilai signifikannya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien profitabilitas sebesar 3,616 menyatakan bahwa jika profitabilitas mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 3,616. Sebaliknya apabila profitabilitas mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan juga sebesar 3,616.
3. Hasil uji t pada variabel *leverage* nilai signifikannya sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien *leverage* sebesar 0,758 menyatakan bahwa jika *leverage* mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,758. Sebaliknya apabila *leverage* mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan juga sebesar 0,758.
4. Hasil uji t pada variabel ukuran perusahaan nilai signifikannya sebesar 0,478 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,321 menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,321. Sebaliknya apabila ukuran perusahaan mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan juga sebesar 0,321.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Firmike dan Artini, 2020), (Asna dan Kusumawati, 2018) dan (Tan, 2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar *leverage* perusahaan, semakin besar resiko investasi sehingga akan semakin besar pula ketidakpastian keuntungan di masa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Yusmanarti, dkk 2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan banyaknya jumlah hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka dinilai kurang optimalnya performa perusahaan dalam meningkatkan laba.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,472 > 0,05$ yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak. Perusahaan besar belum tentu dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal karena perusahaan yang besar akan lebih berhati-hati dalam mengambil setiap kebijakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suffah 2016) dan (Jaya, S 2020) yang menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y., & Wahyudi, S. (2011). *pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2006-2008)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Chasanah, A. N. (2018). Pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39-47.
- Chandra, T. (2007). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Produktivitas Aktiva, Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *Arthavidya, Tahun*, 8.

- Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1), 52-62.
- Fakultas Ekonomi Bisnis. (2020, 16 Oktober). *Ukuran Perusahaan*. Retrieved from <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/811-ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator>
- Firnanda, T., & Oetomo, H. W. (2016). Analisis likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(2).
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS, Edisi 9*, Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Kemenprin. (2020). *Kinerja Manufaktur Naik, Menprin: Kebijakan PEN Berjalan Baik*. <https://www.kemenprin.go.id>.
- Komariyah, S. (2015). *Pengaruh return on asset terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang listing di jakarta islamic index (jii) periode 2011-2014* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Kusumajaya, D. K. O. (2011). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. *Universitas Udayana, Denpasar: Tesis yang Tidak Dipublikasikan*.
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, siize dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *CAM JOURNAL: Change Agent For Management Journal*, 2(2), 188-199.
- 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).
- Pasaribu, D., & Lumbantobing, D. N. (2017). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Methodika: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*, 1(1), 32-44
- Pitri, R. N., Adel, J. F., & Husna, A. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1-18.
- PRASETYORINI, B. F. F. (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- Pratama., dan Wiksuana. (2018). Pengaruh Firm Size dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.5* : 1289-1318.
- Prihapsari, Y. E. (2015). Analisis Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Artikel Ilmiah Mahasiswa 2015*.
- Prima. (2020). *Jeblok tahun lalu, saham sektor barang konsumsi diprediksi rebound tahun ini*. <http://investasi.kontan.co.id>.

- Radja, F. L., & Artini, L. S. (2020). The Effect Of Firm Size, Profitability and Leverage on Firm Value (Study on Manufacturing Companies Sector Consumer Goods Industry Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2017-2019). *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, Volume 7 Issue 11, 18-24.
- Rahman, A., Agusti, R., & Rofika, R. (2015). *Pengaruh kebijakan dividen, kebijakan utang, keputusan investasi dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sari, I. A. G. D. M., & Sedana, I. B. P. (2020). Profitability and liquidity on firm value and capital structure as intervening variable. *International research journal of management, IT and Social Sciences*, 7(1), 116-127.
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011--2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1).
- Suffah, R., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen pada nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).
- Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh struktur kepemilikan saham, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 41-48.
- Tan, A. P. (2018). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO).
- Wijaya, A., & Linawati, N. (2015). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Finesta*, 3(1), 46-51.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). *Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- www.idnfinancials.com/id/financial-statements Laporan Keuangan Perusahaan. Diakses pada 21 Mei 2021.
- Yusmaniarti, Y., Setiorini, H., & Pitaloka, L. (2020). Influence Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 406-418.