

**PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2020-2022)**

Katrina Baba Mollu

(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)

Email: [katrinamollu620@gmail.com](mailto:katrinamollu620@gmail.com)

Asna

Irma Tyasari

(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)

**Abstrak**

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Leverage diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER), ukuran perusahaan menggunakan Ln total aset, profitabilitas diukur menggunakan Return On Asset (ROA) dan nilai perusahaan diukur menggunakan Price Book Value (PBV). Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Teknik pengambilan sampel ialah metode purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 57 amatan perusahaan makanan dan minuman yang telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan dengan jumlah data yang digunakan. Sumber data yang digunakan ialah data sekunder berupa annual report yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

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

**PENDAHULUAN**

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor utama pendukung kinerja industri pengolahan nonmigas. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, pada triwulan I tahun 2022, industri makanan dan minuman menyumbang lebih dari sepertiga atau 37,77% PDB pengolahan nonmigas. Kontribusi perusahaan makanan dan minuman ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data yang berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) untuk perusahaan sektor makanan dan minuman mengalami kenaikan sebesar 17.0% pada tahun 2020 dari tahun 2019 yang mengalami penurunan sebesar 0,50%. Pada tahun 2021 IHSG juga mengalami kenaikan sebesar 31.0% yang didorong oleh pemulihan ekonomi internasional dan lonjakan harga komoditas. Namun pada tahun 2022 IHSG mengalami penurunan sebesar 9,8%.

Menurut Sintyana dan Artini (2019), nilai perusahaan merupakan gambaran keberhasilan suatu perusahaan. Sedangkan menurut Indrarini dan Kobar (2022), nilai perusahaan adalah evaluasi

investor terhadap keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya, dan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham memiliki korelasi positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula keuntungan yang akan didapat investor. Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat. Nilai suatu perusahaan tidak dapat dijelaskan hanya berdasarkan harga sahamnya saja, ada alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingginya nilai suatu perusahaan, salah satunya adalah Price Book Value (PBV) (Khan & Hidayat, 2022).

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah *leverage*. *Leverage* merupakan pemanfaatan hutang perusahaan yang digunakan untuk menjalankan bisnis inti perusahaan atau kegiatan investasi untuk memberikan gambaran kepada pemegang saham mengenai kondisi perusahaan (Himawan, 2020). Semakin besar *leverage* suatu perusahaan maka semakin tinggi pula risiko yang dihadapi perusahaan. Salah satu metrik yang digunakan untuk mengukur leverage adalah *Debt-To-Equity Ratio* (DER), yang mengukur modal yang diperoleh dari utang untuk membiayai aset perusahaan. Rasio ini digunakan untuk membagi seluruh kewajiban dengan ekuitas.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya modal yang digunakan dalam perusahaan, aset yang dimiliki perusahaan, dan total penjualan perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio dari efektifitas perusahaan berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin yakin perusahaan akan bertahan (Rivandi & Petra, 2022).

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Teori sinyal (*signalling theory*) merupakan sebuah teori yang menunjukkan informasi antara perusahaan serta pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan dengan informasi. Teori sinyal mengajarkan bahwa setiap tindakan memiliki dan mengandung informasi (Sudana, 2019). Alasan peneliti menggunakan *signaling theory* dalam penelitian ini adalah karena teori ini menjelaskan bahwa perusahaan dapat menggunakan informasi akuntansi untuk memberikan sinyal kepada investor tentang kondisi keuangan dan prospek masa depannya.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan (*goodwill*) juga umumnya menunjukkan mencerminkan kekayaan yang dimiliki perusahaan jika terjadi penjualan perusahaan, yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut. Menurunnya nilai usaha berarti menurunnya nilai aset pemilik dalam usaha tersebut (Sugeng, 2017). Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah PBV. Menurut Kasmir (2018), standar industri PBV yang baik adalah apabila nilai nya >1. Artinya bahwa PBV >1 menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai pasar yang lebih tinggi daripada nilai bukunya. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan memiliki daya tahan yang kuat.

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$$

## **Leverage**

Menurut Hery (2017), leverage merupakan suatu rasio yang menggambarkan perbandingan hutang suatu perusahaan terhadap modal, yang dapat digunakan untuk melihat berapa lama perusahaan tersebut dibiayai dengan hutang. Menurut Kasmir (2018) standar industri dari DER adalah sebesar 90% atau sebesar 0,9. Artinya bahwa perusahaan yang memiliki DAR sebesar 90% atau sebesar 0,9 dianggap memiliki kinerja yang baik. Hal ini berarti bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan keuntungan yang besar dari setiap aset yang digunakannya. Leverage dapat diukur dengan rumus :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

## **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan skala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara, antara lain nilai total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain (Sari et al., 2021). Menurut BAPEPAM, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan ditinjau dari bidang usaha yang dijalankan, dapat dikategorikan menjadi dua jenis perusahaan yakni perusahaan kecil/menengah memiliki total aset tidak lebih dari 100M atau 1-25% dan untuk perusahaan besar memiliki total aset lebih dari 25%. Rumus untuk mengukur ukuran perusahaan adalah:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln.Total Aset}$$

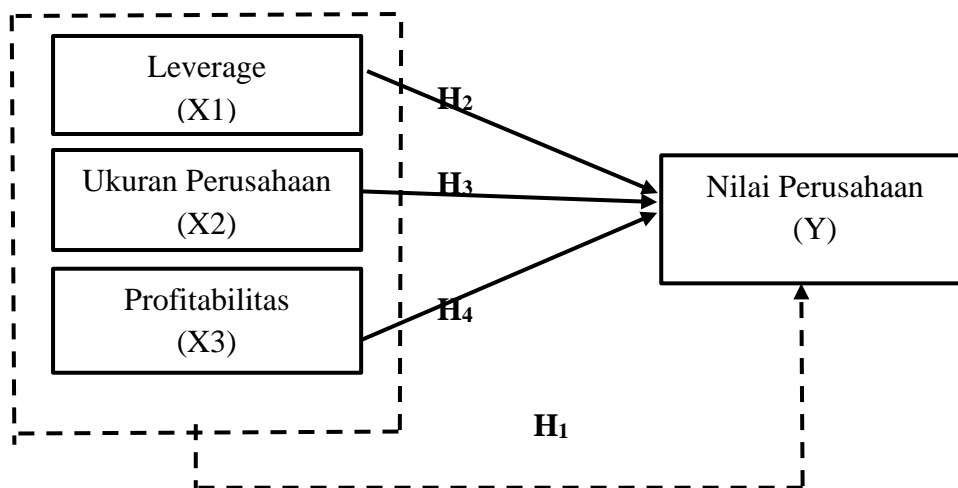
## **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas penjualannya guna untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham. Adanya pertumbuhan profitabilitas menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Menurut Kasmir (2018) standar industri ROA adalah sebesar 30% atau 0,3. Standar industri ROA sebesar 30% atau 0,3 berarti bahwa perusahaan yang memiliki ROA sebesar ini dianggap memiliki kinerja keuangan yang baik dibandingkan dengan perusahaan lain di industri yang sama. Profitabilitas diukur menggunakan rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

## **KERANGKA KONSEPTUAL**

Kerangka konseptual adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti (Abubakar, 2021). Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini ialah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

## HIPOTESIS

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya (Sugiyono, 2017). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H<sub>2</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H<sub>4</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:14), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang digunakan adalah sejumlah 30 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. Peneliti menggunakan strategi purposive sampling untuk pengambilan sampel sehingga diperoleh 19 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS.

## HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian kriteria yang ditentukan maka dapat 19 perusahaan yang telah memenuhi kriteria dan terdapat 57 sampel selama tiga tahun penelitian. Penelitian ini menggunakan variable independen yang terdiri dari *leverage* (X<sub>1</sub>), ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>), dan profitabilitas (X<sub>4</sub>) sedangkan variabel dependennya yaitu nilai perusahaan (Y).

### Analisis Hasil Penelitian

**Uji Asumsi Klasik**

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	23416.39557744
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.772
Asymp. Sig. (2-tailed)		.591
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,591. Dikarenakan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari tingkat signifikan yaitu sebesar 5% atau ( $0,591 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima; yang berarti data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas sudah terpenuhi.

**Uji Multikolonieritas**

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Leverage ( $X_1$ )	0,789	1,267	Tidak ada gejala Multikolonieritas
Ukuran perusahaan ( $X_2$ )	0.974	1,027	Tidak ada gejala Multikolonieritas
Profitabilitas ( $X_3$ )	0.771	1,297	Tidak ada gejala Multikolonieritas

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan table 2 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF (Variance Inflation Factor) adalah < 10. Dengan nilai VIF dari variabel Leverage ( $X_1$ ) sebesar 1,267, variabel Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) sebesar 1,027 dan variabel Profitabilitas ( $X_3$ ) sebesar 1,297. Dari hasil VIF tersebut terlihat bahwa kurang dari 10 dan nilai tolerance dari variabel Leverage ( $X_1$ ) sebesar 0,789, variabel Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) sebesar 0,974 dan variabel Profitabilitas ( $X_3$ ) sebesar 0,771 dengan demikian bahwa nilai tolerance value > 0,1 dan < 1. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung multikolonieritas, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilanjutkan karena telah memenuhi syarat pengujian asumsi klasik yaitu tidak terjadi multikolonieritas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Correlations						
			Laverage	Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
Spearman's rho	Leverage	Correlation Coefficient	1.000	-.094	-.470**	.370**
		Sig. (2-tailed)	.	.486	.000	.005
		N	57	57	57	57
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	-.094	1.000	-.076	.153
		Sig. (2-tailed)	.486	.	.575	.257
		N	57	57	57	57
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	-.470**	-.076	1.000	-.091
		Sig. (2-tailed)	.000	.575	.	.499
		N	57	57	57	57
	Nilai Perusahaan	Correlation Coefficient	.370**	.153	-.091	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.257	.499	.
		N	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui Uji Rank Spearman pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada variabel Leverage ( $X_1$ ) sebesar 0,005, nilai signifikan pada variabel Ukuran perusahaan ( $X_2$ ) sebesar 0,257, dan nilai signifikan Pada variabel Profitabilitas ( $X_3$ ) sebesar 0,499 artinya nilai signifikan hitung lebih dari dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini dan variabel-variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.560 <sup>a</sup>	.313	.274	24070.00191	1.590
a. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X3), Ukuran Perusahaan (X2), Laverage (X1)					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)					

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas, nilai DW dapat diketahui sebesar 1,590, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, dengan jumlah sampel 57 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k = 3), maka diperoleh nilai du sebesar 1,6845, dan nilai DW sebesar 1.590 lebih kecil dari batas atas (du) yakni 1,6845 dan kurang dari (3-du) atau 3-1,6845=1,31542. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi.

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11386.518	11700.806		-.973	.335
	Leverage (X1)	2.644	.574	.590	4.604	.000
	Ukuran Perusahaan (X2)	.051	.038	.155	1.343	.185
	Profitabilitas (X3)	5.785	5.168	.145	1.119	.268

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -11386,518 + 2,644X_1 + 0,51X_2 + 5,758X_3 + \epsilon$$

Dari hasil output SPSS dan berdasarkan persamaan tersebut di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -11386,518 menunjukkan bahwa bila variabel independennya *Leverage*, Ukuran perusahaan dan Profitabilitas sama dengan nol maka nilai perusahaan yang dihasilkan sebesar -11386,518 atau perusahaan mengalami kerugian.
2. Nilai koefisien regresi leverage sebesar 2,644 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan leverage maka akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan sebesar 2,644 dengan asumsi variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan.
3. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,51 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan ukuran perusahaan maka akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,51 dengan asumsi variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan.
4. Nilai koefisien regresi profitabilitas sebesar 5,758 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas maka akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan sebesar 5,758 dengan asumsi variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan.

**Hasil Uji Hipotesis**  
**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 5 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14002005365.053	3	4667335121.684	8.056	.000 <sup>b</sup>
	Residual	30706344582.982	53	579364992.132		
	Total	44708349948.035	56			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X3), Ukuran Perusahaan (X2), Laverage (X1)						

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F test diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *leverage* (X<sub>1</sub>), ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) dan profitabilitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2022. Dengan demikian bahwa Hipotesis (H1) diterima yaitu; variabel leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 6 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	-11386.518	11700.806		-.973	.335		
	Laverage (X1)	2.644	.574	.590	4.604	.000	.789	1.267
	Ukuran Perusahaan (X2)	.051	.038	.155	1.343	.185	.974	1.027
	Profitabilitas (X3)	5.785	5.168	.145	1.119	.268	.771	1.297
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)								

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa nilai variabel *leverage* memiliki nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$ , artinya variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2022. Dengan demikian bahwa Hipotesis (H2) diterima yaitu; variabel *Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kemudian hasil uji secara parsial pada variabel ukuran perusahaan dapat di ketahui bahwa nilai signifikan  $0,185 > 0,05$  artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek



Indonesia periode 2020-2022. Dengan demikian bahwa Hipotesis (H3) ditolak yaitu; variabel Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan hasil uji parsial pada variabel profitabilitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan  $0,268 > 0,05$  artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2022. Dengan demikian bahwa Hipotesis (H4) ditolak yaitu; variabel Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas, secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. *Leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan ukuran kinerja perusahaan yang paling penting. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa depan dan memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi.

Berdasarkan standar industri, leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki utang yang besar. Utang yang besar dapat meningkatkan nilai perusahaan jika perusahaan tersebut mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi. Namun, utang yang besar juga dapat menurunkan nilai perusahaan jika perusahaan tersebut mengalami kerugian. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menunjukkan skala usaha perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi daripada ukuran perusahaan yang kecil. Hal ini karena perusahaan yang besar memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan keuntungan yang besar. Profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amelia dan Irwan (2023), Dewantari et al. (2020), dan Putra et al. (2021). Penelitian-penelitian tersebut menyebutkan bahwa secara simultan, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Junaeni (2022) juga mendukung hasil penelitian ini. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa secara simultan, profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

### **Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2022. *Leverage* adalah rasio antara total hutang dengan total ekuitas. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi rasio *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Dalam *signaling theory* menjelaskan bahwa perusahaan menggunakan berbagai metode untuk menunjukkan prospek dan kinerjanya kepada investor. Salah satu opsi tersebut adalah *leverage*, atau penggunaan modal utang dalam struktur modal perusahaan. Modigliani dan Miller berpendapat bahwa dengan adanya pajak maka nilai perusahaan yang menggunakan hutang akan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan yang tidak menggunakan hutang. Sebab, bunga utang bisa dikurangkan dari penghasilan kena pajak. Peningkatan *leverage* dapat dilihat sebagai sinyal positif bagi investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yakin dengan prospek masa depannya dan bersedia berinvestasi. Investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dengan harapan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Perusahaan dengan utang yang meningkat dianggap sebagai peluang investasi yang baik. Investor tertarik pada perusahaan yang sedang tumbuh, meskipun pertumbuhan tersebut dibiayai oleh hutang.

Berdasarkan standar industri, perusahaan dengan nilai leverage yang melebihi standar industri memiliki risiko yang lebih tinggi daripada perusahaan dengan leverage yang lebih rendah atau sesuai dengan standar industri. Hal ini karena perusahaan dengan leverage yang tinggi menggunakan hutang yang sangat besar untuk membiayai kegiatan usahanya. Hutang yang besar tersebut harus dibayar bunga dan pokoknya secara rutin. Jika perusahaan tidak mampu menghasilkan keuntungan yang cukup untuk membayar bunga dan pokok utang, maka perusahaan tersebut dapat mengalami kesulitan keuangan, bahkan kebangkrutan.

Berdasarkan hasil uji parsial, dapat disimpulkan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi daripada biaya bunga sehingga *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, jika perusahaan mampu mengelola uangnya dengan baik, maka risiko kebangkrutan dapat diminimalkan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amelia & Irwan (2023), Putra et al. (2021), dan Suyono et al (2021) yang menyebutkan bahwa secara parsial leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2022. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan bukanlah faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam melakukan analisis investasi. Besar kecilnya suatu perusahaan tidak dapat menjamin bahwa aset dalam jumlah besar akan meningkatkan kekayaan pemegang saham. Sebab, orang dalam perusahaan tidak bisa menjamin bahwa aset dalam jumlah besar akan menghasilkan return maksimal yang diharapkan investor.

Dalam penelitian ini, hasil dari ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan bertentangan dengan *signaling theory* yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal yang dapat menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, yang akan mempengaruhi kepercayaan investor terhadap perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh investor lebih melihat aspek-aspek seperti kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan, nama baik perusahaan sebelum memutuskan untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Faktor lainnya juga dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain yang lebih

signifikan dalam menentukan nilai perusahaan, seperti kualitas manajemen, dan faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan investor.

Ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan berarti bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, padahal total aset yang dimiliki lebih besar dari standar industri. Standar industri ukuran perusahaan adalah ukuran perusahaan yang dianggap ideal dalam suatu industri tertentu. Standar industri ini dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai kinerja perusahaan yang memiliki total aset yang besar. Meskipun total aset yang dimiliki besar, penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga disebabkan oleh pengelolaan atau penggunaan aset yang tidak efisien. Pengelolaan aset yang tidak efisien merujuk pada situasi di mana perusahaan tidak dapat memanfaatkan aset yang dimilikinya secara optimal untuk menghasilkan nilai tambah yang optimal. Dalam kondisi seperti ini, meskipun perusahaan memiliki total aset yang besar, nilai perusahaan tidak akan meningkat karena aset tidak digunakan secara efektif dan efisien (Pratama & Wiksuana, 2016).

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa et al. (2021), Dewi dan Praptoyo (2022), Fajar et al (2023), Sekarrini dan Gazali (2023), dan Suyono et al (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al (2021) juga mendukung hasil penelitian ini dimana obyek penelitiannya berbeda yakni di perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas penjualannya guna untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham. Adanya pertumbuhan profitabilitas menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak eksternal perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas penjualannya. Jika seluruh rata-rata ROA berada di bawah standar industri, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Misalnya, pengendalian harga pokok atau biaya produksi yang kurang efisien, rendahnya kinerja operasional, faktor eksternal seperti kondisi perekonomian yang tidak mendukung, serta adanya aset yang tidak berkualitas. Hal ini dapat mengindikasikan adanya tantangan dalam mencapai tingkat laba yang diharapkan dari aset yang dimiliki perusahaan (Nasution, 2018).

*Signaling theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan informasi ke pasar modal secara sukarela untuk menjaga minat investor dan mencegah asimetri informasi antara sumber internal dan eksternal. Informasi yang disajikan oleh perusahaan, seperti profitabilitas, dapat menjadi sinyal bagi investor tentang kinerja perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa

profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti profitabilitas, penjualan, dan kinerja keuangan, lebih signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara et al. (2021), Amelia et al. (2022), dan Rachmadani dan Nursiam (2023) menyebutkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada pengujian pengaruh variabel *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Hery, S. E. (2017). *Teori Akuntansi: Pendekatan Konsep dan Analisis*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan real estate yang go public di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Indrarini, S., & Kobar, J. T. (2022). Analisis Pengaruh Current Ratio, Price Earning Ratio, Return On Asset Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Akubis: Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 39-46.
- Kasmir, D. (2018). *Analisis Laporan Keuangan . PT RajaGrafindo Persada*.
- Khan, H. A. U., & Hidayat, R. (2022). The Effect of Dividend Policy, Debt Policy, And Profitability on The Value of Automotive Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange 2017-2021. *SHS Web of Conferences*, 149, 03030. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214903030>
- Nasution, M. R. (2018). *Analisis Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Jayawi Solusi Abadi Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi*. Udayana University.
- Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2571-2580.
- Sari, D. P., Putri, W. A., Neldi, M., & Candra, Y. (2021). Pengaruh intellectual capital, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2018. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(2), 235-244.
- Sintyana, I. H., & Artini, L. S. (2019). Effect of Profitability, Capital Structure, Company Size and Dividend Policy on Firm Value. *E-Journal of Unud Management*, 8(2), 7717-7745.
- Sudana, I. M. (2019). *Manajemen keuangan teori dan praktik*. Airlangga University Press.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen keuangan fundamental*. Deepublish.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.