Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020)

The Effect Of Profitability, Leverage And Size On Firm Value (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020)

Resha Giviani[1], Dudi Pratomo[2]
[1] Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
reshaagiviani@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
dudipratomo@telkomuniversity.ac.id

Abstrak
Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan juga merupakan target jangka panjang untuk setiap perusahaan yang dapat tercermin dari pergerakan harga saham di bursa efek Indonesia yang menjadi sebuah penilaian dari investor. Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dan juga demi kesejahteraan pemiliknya yang ditunjukkan oleh harga saham. Penelitian ini dilakukan mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2020. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan diperoleh 150 sampel yang akan di observasi. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan software eviews 10. Berdasarkan hasil penelitian profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. secara parsial profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perushaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci-profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

Abstract
Company value is a certain condition that has been achieved by a company as a picture of public trust, after going through some process for several years, starting from the company was established until now. Company values is also a long-term target for each company that can be reflected in the movement of stock prices in Indonesia stock exchange which become an assessment from investors. The purpose of company establishment is to be able optimising companies values and also for the welfare of it's owner indicated by the stock price.
This research was conducted to find out how the influence of profitability, leverage, and companies size on the values of the company in consumer goods industry sector that listed in Indonesia Stock Exchange (IDX). The population in this study listed in Indonesia Stock Exchange in 2015-2020. For the sample selection technique, writer used purposive sampling and obtained 150 samples to be observed. The analysis technique in this study is regression analysis of panel data using eviews software 10.
Based the result of profitability research, leverage, and company size simultaneously affect the values of the companv. Partial profitability and leverage negatively affect the values of the company, while company size has no effect on companies values.

Keywords-profitability, leverage, company size, company value

I. PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini peningkatan persaingan bisnis di Indonesia semakin rumit situasinya karena tidak terlepas dari pengaruh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial politik, dan kecanggihan teknologi. Semua perusahaan mengharapkan bisa menyesuaikan diri dan dapat mengetahui bagaimana keadaan yang terjadi, sehingga mampu mengelola fungsi manajemen dengan baik dan benar. Manajer keuangan mampu menjalankan fungsi dalam mengelola keuangan dengan benar dan seefektif mungkin. Keberhasilan seorang manajer keuangan yaitu mampu mengelola keuangan perusahaan dengan melihat nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan juga merupakan target jangka panjang untuk setiap perusahaan yang dapat tercermin dari pergerakan harga saham di bursa efek Indonesia yang menjadi sebuah penilaian dari investor. Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dan

juga demi kesejahteraan pemiliknya yang ditunjukkan oleh harga saham (Hindrawan, 2017).

Fenomena yang terjadi pada nilai perusahaan adalah pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2020 Menyangkut permasalahan yang ditemukan, terlihat penurunan harga saham pada dua emiten konsumer milik Grup Salim yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan induk usahanya PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) pada perdagangan sesi I pada tanggal 27 Mei 2020 setelah manajemen ICBP mengumumkan akuisisi Pinehill Corpora Limited.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Rasio Profitabilitas, karena dapat mempengaruhi nilai sebuah perusahaan besar atau kecilnya profitabilitas yang di hasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai bisnis pada perusahaan dengan mempertimbangkan profitabilitas sebagai alat ukuran kinerja perusahaan, yang di tunjukkan dengan laba yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Melihat dari keuntungan dari sebuah perusahaan, apabila perusahaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi sehingga dapat memberikan sinyal yang positif dari investor untuk menaikan harga saham agar perusahaan tersebut bisa berhasil. Apabila nilai profitabilitas semakin besar maka semakin menguntungkan bagi perusahaan yang memaksa investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*, *leverage* juga di sebut rasio utang yang dapat menunjukkan efektivitas dari suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial dari perusahaan tersebut apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Ketika leverage meningkat akan memberikan sinyal atau tanda kepada investor bahwa nilai perusahan akan mengalami penurunan pada harga saham. Begitu sebaliknya, apabila tingkata hutang tersebut menurun akan berakibat baik pada nilai perusahaan yang memberikan sinyal positif untuk calon investor.

Faktor ketiga yang mempengaruhi pada nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Respati dan Hadiprajitno (2015), ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan jumlah aset, jumlah tenaga kerja, total penjualan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki aktiva dalam jumlah besar atau disebut sebagai perusahaan besar dan akan mendapatkan lebih banyak perhatian baik dari para investor, kreditur, pemerintah, maupun para analisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaa kecil.

Pada penelitian ini menggunakan variable Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebenarnya sudah banyak diteliti, tetapi kesimpulan dari setiap penyelidikan berbeda. penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidak konsistenan relevansinya dengan temuan. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh secara simultan dan parsial antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Dasar Teori

1. Teori sinyal

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Ross tahun 1997, yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Selain itu teori persinyalan juga digunakan untuk mengemukakan tentang bagaimana perusahaan dalam memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. (Desy Mariani dan Suryani, 2018).

2. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan ialah anggapan investor kepada perusahaan, yang kerap dikaitkan dengan harga saham (Suffah & Riduwan, 2016). Nilai perusahaan yang semakin meningkat tiap tahunnya akan memakmurkan para pemegang saham dan dapat membantu perusahaan untuk mempermudah dalam mendapatkan pendanaan usaha. Para investor biasanya melihat struktur keuangan suatu perusahaan terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan investasi (Aprilia,2019). Dalam penelitian menggunakan pengukuran Price to Book Value (PBV) sebagai alat ukur nilai perusahaan. Price to Book Value merupakan rasio yang menunjukan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Berikut ini adalah rumus mengukur nilai perusahaan:

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

3. Profitabilitas

Profitabilitas ialah guna membuktikan kesuksesan perusahaan didalam menciptakan profit. Investor yang potensial hendak menganalisa dengan teliti kelancaran suatu perusahaan serta kemampuannya untuk memperoleh profit. Semakin bagus rasio profitabilitas maka semakin bagus mencerminkan keahlian tingginya akuisisi profit perusahaan (Akbar & fahmi, 2020). Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Return on Assets (ROA) pada rasio profitabilitas. Menurut Hery (2016;143), Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang tinggi dapat dikatakan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen untuk mengungkapkan dan dapat menarik para calon investor untuk dapat menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Berikut ini merupakan rumus dari pengukuran rasi profitabilitas:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}\ x\ 100$$

4. *Leverage*

Leverage merupakan rasio yang biasa digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Dengan kata lain, rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar beban utang yang harus dibayarkan oleh perusahaan dalam rangka pemenuhan asset (Hery,2016:162). Rasio *leverage* juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Debt to Equity Ratio (DER) sebagai alat ukur *Leverage*. Debt to Equity Ratio (DER) adalah suatu ukuran untuk melihat perbandingan antara dana yang berasal dari modal atau ekuitas (Equity) pemilik perusahaan dan utang (debt) dari kreditur. Debt to Equity Ratio (DER) yang merupakan perbandingan jumlah pinjaman jangka panjang yang dimiliki perusahaan dengan jumlah modal sendiri (kurnia, pratomo, Fachrizal 2018). Berikut ini merupakan rumus dari alat ukur *leverage*:

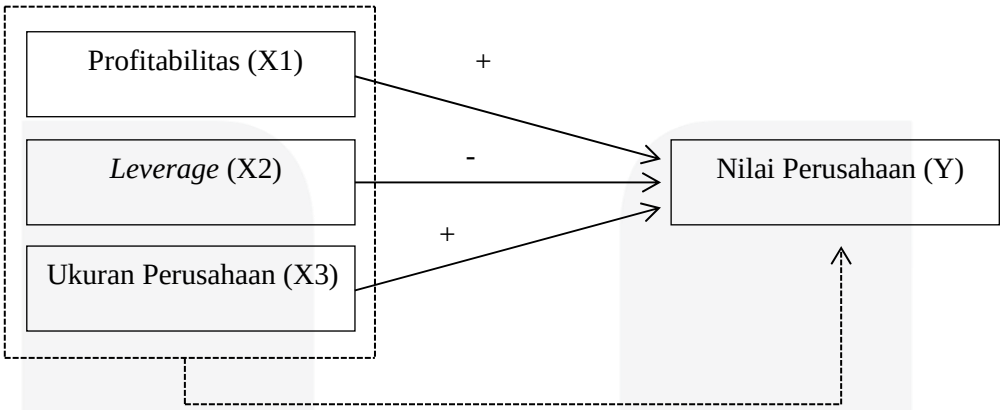
$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{\text{total utang}}{\text{total ekuitas}}$$

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun dan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Hartono, 2015: 254). Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran total aktiva sebagai proksi karena dianggap lebih relative lebihh stabil. Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar menandakan kondisi perusahaan memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu yang relative lama (Amelia et al., 2017). Berikut ini adalah rumus dari ukuran perusahaan:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Akt$$

B. Hipotesis



Keterangan :
--------> : Pengaruh Simultan
———> : Pengaruh Parsial

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan Metode penelitian kuantitatif dan tujuan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Teknik Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang merupakan dari kelompok *Nonprobability sampling*. Metode *purposive sampling* memperoleh 150 sampel dalam waktu 6 tahun pada perusahan manufaktur sector industri barang konsumsi di bursa efek Indonesia periode 2015-2020. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data regresi data panel menggunakan bantuan aplikasi *software Eviews* 10. Berikut ini adalah persamaan model regresi data panel yang mana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = \alpha + \beta 1\mathcal{X}1,, + \beta 2\mathcal{X}2, , + \beta 3\mathcal{X}3,i\ ,t + e}$$

Keterangan:
Y = Nilai Perusahaan
α = Konstanta
$\mathcal{X}1,,$ = Profitabilitas
$\mathcal{X}2,,$ = *Leverage*
$\mathcal{X}3,,$ = Ukuran Perusahaan
$\beta 1$, $\beta 2$, $\beta 3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen
e = Error term
t =Waktu
i = Perusahaan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan, terdapat 25 sampel perusahaan dan didapatkan 150 data observasi. Berikut ini hasil pengujian statistik deskriptif yang disajikan pada tabel

Tabel 1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Keterangan	Minimum	Maximum	*Mean*	Std. Dev
Nilai Perusahaan	-0.4579	387.0582	20.0007	62.7328
Profitabilitas	-2.6410	0.9210	0.1119	0.2707
Leverage	-2.1273	3.1590	0.6057	0.6793
Ukuran Perusahaan	25.7957	32.7256	28.8293	1.7050

Berdasarkan data pada table diatas nilai mean (rata-rata) nilai perusahaan pada tahun 2015-2020 sebesar 20.0007 dengan standar deviasi sebesar 62.7328. Hal ini berarti bahwa data tersebut bersifat heterogen atau menyebar dan bervariasi karena nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi. Nilai maksimum nilai perusahaan yang diukur menggunakan proksi PBV (price book to value) diperoleh PT. Inti Agri Resources Tbk (IIKP) dengan nilai 387.0582 yang artinya saham IIKP pada tahun 2015 bisa dikatakan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai aset perusahaan. Nilai minimum nilai perusahaan diperoleh PT FKS Food Sejahtera (AISA) dengan nilai -0.4579 artinya saham AISA pada tahun 2017 bisa dikatakan rendah dibandingkan dengan nilai aset perusahaannya. Berdasarkan data pada tabel 4.1 nilai mean (rata-rata) profitabilitas pada tahun 2015-2020 sebesar 0.1119 dengan standar deviasi sebesar 0.2707. Hal ini berarti bahwa data tersebut bersifat heterogen atau menyebar dan bervariasi. karena nilai rata-rata lebih kecil dari pada standar deviasi.

Nilai maksimum profitabilitas yang diukur menggunakan proksi ROA (Return On Assets) diperoleh PT Merck Tbk (MERCK) tahun 2018 sebesar 0.9210 yang artinya perusahaan sudah efektif dalam memanfaatkan asset yang dimiliki untuk memperoleh laba yang tinggi. Nilai minimum profitabilitas diperoleh PT FKS Food Sejahtera (AISA) tahun 2017 sebesar -2.6410 artinya perusahaan belum efektif memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk memperoleh laba yang tinggi.

Berdasarkan data pada tabel 4.1 nilai mean (rata-rata) *leverage* pada tahun 2015-2020 sebesar 0.41211 dengan standar deviasi sebesar 0.58395. Hal ini berarti bahwa data tersebut bersifat heterogen atau menyebar dan bervariasi. karena nilai rata-rata lebih kecil dari pada standar deviasi.

Nilai maksimum *leverage* yang diukur menggunakan DER (Debt to Equity Ratio) diperoleh PT Unilever tahun 2020 sebesar 3.1590 yang artinya semakin besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang sedangkan nilai minimum ukuran perusahaan diperoleh PT FKS Food Sejahtera (AISA) tahun 2019 sebesar -2.1273 artinya semakin sedikit aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang.

Berdasarkan data pada tabel 4.1 nilai mean (rata-rata) ukuran perusahaan pada tahun 2015-2020 sebesar 28.8292 dengan standar deviasi sebesar 1.70500 Hal ini berarti bahwa data tersebut bersifat homogen atau tidak bervariasi karena nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi.

Nilai maksimum ukuran perusahaan yang diukur menggunakan proksi Ln total aktiva diperoleh PT Indofood Sukses Makmur tahun 2020 sebesar 32.7256 yang artinya perusahaan ini menjadi perusahaan yang paling dapat menstabilkan pendapatan perusahaannya sedangkan nilai minimum ukuran perusahaan diperoleh PT Pyridam Farma Tbk (PYFA) tahun 2017 sebesar 25.7957 artinya perusahaan memiliki total aktiva yang kecil dibanding perusahaan lainnya di sektor tersebut. Selanjutnya dijelaskan sesuai dengan variabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai Centered Variance inflation factor (VIF). Deteksi data mengalami multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Centered VIF ≥ 10.

Tabel 2 Hasil Uji Multikoleniaritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.115939	323.1515	NA
ROA	0.017265	39.22571	1.264349
DER	0.003424	4.861148	1.210012
UKP	106.2475	335.9983	1.049459

Sumber: Hasil Pengolahan Data Eviews 10, 2022

Dari Tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian multikolinearitas menunjukan nilai Centered VIF untuk semua variabel independen dan variabel kontrol lebih kecil dari 10 (≤ 10). Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel independen pada penelitian ini.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Breusch-Pagan-Godfrey. Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini:

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	44.93681	Prob. F(3,146)	0.2152
Obs*R-squared	72.01144	Prob. Chi-Square(3)	0.2122
Scaled explained SS	67.51851	Prob. Chi-Square(3)	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Eviews 10, 2022

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian uji Breusch-Pagan-Godfrey menunjukan nilai probability Chi-Square 3 sebesar 0,2122 > 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas antar variabel independennya.

C. Pemilihan Model Data Panel

1. Uji Chow Test

Uji Chow merupakan pengujian untuk menentukan model yang paling tepat antara common effect model dan fixed effect model untuk digunakan dalam mengestimasi data panel. Berikut merupakan hasil dari Uji Chow:

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	33.565148	(24,122)	0.0000
Cross-section Chi-square	304.281041	24	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Eviews 10, 2022

Berdasarkan tabel 4diatas menunjukan bahwa nilai probability Cross-section Chi-Square sebesar 0,0000 < 0,05 dengan taraf signifikan 5%. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga model yang digunakan adalah fixed effect model. Selanjutnya dilakukan uji hausman untuk menguji antara random effect model dengan fixed effect model yang lebih baik untuk penelitian ini.

2. Hausman Test

Hausman Test adalah uji yang digunakan untuk menentukan metode yang terbaik antara fixed effect ataukah random effect. Berikut merupakan hasil dari Uji Hausman Test:

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	19.926519	3	0.0002

Sumber: Hasil Pengolahan Data Eviews 10, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukan bahwa nilai Cross-section random sebesar 0.0002 < 0,05 dengan taraf signifikan 5%. Berdasarkan hasil tersebut maka metode yang dipilih adalah fixed effect dibandingkan *random effect.*

D. Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/28/22 Time: 19:30
Sample: 2015 2020
Periods included: 6
Cross-sections included: 25
Total panel (balanced) observations: 150

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.853771	1.061895	2.687432	0.0082
ROA	-0.288363	0.060949	-4.731192	0.0000
DER	-0.396853	0.058515	-6.782058	0.0039
SIZE	-58.53793	31.23532	-1.874094	0.0633

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.340011	Mean dependent var	0.343741
Adjusted R-squared	0.326449	S.D. dependent var	0.282665
S.E. of regression	0.231984	Akaike info criterion	-1.766534
Sum squared resid	7.033438	Schwarz criterion	-1.204549
Log likelihood	8.349539	Hannan-Quinn criter.	-1.538217
F-statistic	25.53416	Durbin-Watson stat	2.169331
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dirumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020 sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 2.853771 - 0.288363\ (X1) - 0.396853\ (X2) - 58.53793\ (X3) + e}$$

Persamaan analisis regresi data panel diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2.853771 menunjukan bahwa apabila variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan bernilai 0 maka nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2020 adalah sebesar 2.853771 satuan.
2. Nilai konstanta profitabilitas sebesar -0.288363 menunjukan bahwa setiap adanya penurunan satu-satuan dari profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,288363.
3. Nilai konstanta *leverage* sebesar -0.396853 menunjukan bahwa setiap adanya kenaikan satu-satuan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0.396853.
4. Nilai konstanta ukuran perusahaan sebesar -58.53793 menunjukan bahwa setiap adanya penurunan satu-satuan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka nilai akan menurun sebesar 58.53793.

E. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.10 diatas diketahui nilai Adjusted R-Squared pada model penelitian ini sebesar 0.326449 atau 32,6%. Dengan demikian menunjukan bahwa variabel profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh sebesar 32,6% terhadap nilai perusahaan dan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Jika nilai Probability (F-statistic) < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel independen(X) secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen(Y). Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai Probability (F-Statistic) memiliki nilai 0,00000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020.

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018), uji t atau uji parsial dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai *Probability* < 0,05 maka H_0 ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Profitabilitas berpengaruh kearah negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. Nilai probabilitas dari profitabilitas yaitu 0,0000 < 0,05.
b. *Leverage* berpengaruh kearah negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri barang Konsumsi

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. Nilai probabilitas dari *leverage* yaitu 0,0039 < 0,05.

c. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. Nilai probabilitas dari ukuran perusahaan yaitu 0,0633 > 0,05.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik (t) secara parsial, Profitabilitas memiliki koefisien sebesar -0.288363 yang artinya memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas menunjukan nilai 0,0000 < 0,05 yang artinya variabel profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap Nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak sehingga profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Tabel Keterkaitan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas	Nilai Perusahaan				Total	
	> 20.0007	%	< 20.0007	%	Jumlah	%
Diatas 0.1119	14	9.3%	52	34.7%	66	44%
Dibawah 0.1119	7	4.7%	77	51.3%	84	56%
TOTAL	21	14.0%	129	86.0%	150	100%

Sumber: Data diolah penulis, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukan bahwa perusahaan dengan nilai profitabilitas (ROA) diatas rata-rata adalah sebanyak 66 sampel, dimana sebanyak 9,3% (14 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata, sedangkan sisanya 34.7% (52 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Kemudian perusahaan dengan nilai profitabilitas dibawah rata-rata yaitu sebanyak 84 sampel, dimana 4.7% (7 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata sedangkan sisanya yaitu 51.3% (77 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Mayoritas profitabilitas sektor barang konsumsi baik yang diatas maupun dibawah rata-rata memiliki nilai perusahaan sebesar 86,0% dibawah rata-rata. Artinya, ROA dibawah rata-rata mempengaruhi nilai perusahaan dibawah rata-rata, hal ini menunjukan bahwa ROA memiliki arah negatif yang akan mengurangi nilai perusahaan.

Dapat diartikan pula bahwa semakin buruk kinerja perusahaan melalui ROA maka nilai perusahaan juga semakin menurun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sektor industri barang konsumsi belum dapat mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan dibuktikan dengan nilai ROA dibawah rata-rata mendominasi nilai perusahaan dibawah rata-rata.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali & Faroji (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh kearah negatif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik (t) secara parsial, *Leverage* memiliki koefisien sebesar -0.396853 dengan nilai probabilitas menunjukan nilai 0,0039 < 0,05 yang artinya variabel *leverage* berpengaruh kearah negatif secara parsial terhadap Nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak sehingga *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Tabel Keterkaitan *Leverage* dan Nilai Perusahaan

Leverage	Nilai Perusahaan				Total	
	>20.0007	%	<20.0007	%	Jumlah	%
Diatas 0.6057	12	8.0%	38	25.3%	50	33 %
Dibawah 0.6057	9	6.0%	91	60.7%	100	67 %
TOTAL	21	14.0%	129	86.0%	150	100%

Sumber: Data diolah penulis, 2022.

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukan bahwa perusahaan dengan nilai *Leverage* (DER) diatas rata-rata adalah sebanyak 50 sampel, dimana sebanyak 8% (12 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata, sedangkan sisanya 25.3% (38 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Kemudian perusahaan dengan nilai *leverage* dibawah rata-rata yaitu sebanyak 100 sampel, dimana 6% (9 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata sedangkan sisanya yaitu 60,7% (91 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Mayoritas *leverage* baik diatas maupun dibawah rata-rata memiliki nilai perusahaan sebesar 86,0% dibawah rata-rata. Hal ini dapat dilihat dari nilai *leverage* dibawah rata-rata pun mayoritas nilai perusahaannya berada dibawah rata-rata yang Artinya, *leverage* akan mengurangi nilai perusahaan dan menunjukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rejeki & Haryono (2021) dan Fajaria & Isnalita (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh kearah negatif secara parsial terhadap Nilai perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan uji statistik (t) secara parsial, Ukuran Perusahaan memiliki koefisien sebesar -58.53793 dengan nilai probabilitas menunjukan nilai 0,0633 > 0,05 yang artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima sehingga Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Tabel Keterkaitan Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan				Total	
	>20.0007	%	<20.0007	%	Jumlah	%
Diatas 28.8293	5	3.3%	55	36.7%	60	40 %
Dibawah 28.8293	16	10.7%	74	49.3%	90	60 %
TOTAL	21	14%	129	86.0%	150	100%

Sumber: Data diolah penulis, 2022.

Berdasarkan diatas menunjukan bahwa perusahaan dengan nilai Ukuran perusahaan diatas rata-rata adalah sebanyak 60 sampel, dimana sebanyak 3.3% (5 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata, sedangkan sisanya 36.7% (55 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Kemudian perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan dibawah rata-rata yaitu sebanyak 90 sampel, dimana 10.7% (16 sampel) memiliki nilai perusahaan diatas rata-rata sedangkan sisanya yaitu 49.3% (74 sampel) termasuk dalam nilai perusahaan dibawah rata-rata. Hal ini menunjukan bahwa perusahaan yang mayoritas dibawah rata-rata memiliki nilai ukuran perusahaan dibawah rata-rata. Selain itu perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan diatas rata-rata mayoritas nilai perusahaannya juga dibawah rata-rata. Oleh karena itu, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rejeki & Haryono (2021), Putra, Mangantar, & Untu (2021) dan Margono & Gantino (2021) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kesimpulan deskripsi variabel-variabel penelitian:
   a. Nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi tahun 2015-2020 memiliki rata-rata sebesar 20.0007 dengan standar deviasi sebesar 62.7328.
   b. Profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi tahun 2015-2020 memiliki rata-rata sebesar 0.1119 dengan standar deviasi sebesar 0.2707.
   c. *Leverage* pada perusahaaan sektor industri barang konsumsi tahun 2015-2020 memiliki rata-rata sebesar 0.41211 dengan standar deviasi sebesar 0.58395.
   d. Ukuran Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi pada tahun 2015-2020 memiliki rata-rata sebesar 28.8292 dengan standar deviasi sebesar 1.70500.
2. Variabel Independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
3. Profitabilitas secara parsial berpengaruh ke arah negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
4. *Leverage* secara parsial berpengaruh ke arah negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
5. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadapa nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020, maka dari itu saran penulis mengenai aspek praktis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh kearah negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas memiliki arah negatif yang akan mengurangi nilai perusahaan dan sebagian besar perusahaan sektor industri barang konsumsi belum dapat mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Bagi investor yang akan berinvestasi di sektor Industri Barang Konsumsi disarankan agar lebih memerhatikan kembali faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan terhadap nilai perusahaan sehingga investor dapat lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan.

REFERENSI

[1] Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan

Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 5(1), 62–81.

[2] Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaa (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban Volume1, Nomor 2.*

[3] Aprilia, A. d. (2019). Pengaruh Diversifikasi, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 73(2).

[4] Amelia, M. V., Pratomo, D., & Kurnia; (2017). The Influence of Institutional Ownership and Manajerial Ownership With Control Variables Firm Size *Leverage* on Tax (The Study on Automotive subsector Manufacturing Companies listed in Indonesian Stock Exchange period 2011-2015). *E- Proceeding of Management ISSN : 2355-9357*, *4*(2), 1510–1515.

[5] Desy Mariani, S. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator. Jurnal Akuntansi dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur Vol. 7 No. 1, 59-78.

[6] Fajaria, I. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable. International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR), 55- 69.

[7] Hartono, J. (2015). Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi Kelima. Jakarta: Rajawali Pers.

[8] Hery. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

[9] Kurnia, K., Pratomo, D., & Fachrizal, A. (2018). Analisis Pengaruh Tax Avoidance, Leverage (DER) dan Firm Size Terhadap Firm Value (Studi Pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). Accounthink :Journal of Accounting and Finance. https://doi.org/10.35706/acc.v3i01.1212

[10] Margono, G. (2021). the influence of firm size, leverage, profitability,and dividend policy on firm value of companiesin indonesia stock exchange. Copernican Journal of Finance & Accounting 2021, volume 10, issue 2, 45-61.

[11] Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi Vol.3, Nomor 1.

[12] Rheza Dwi Respati, P. B. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014). Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 1-11.

[13] Suffah, R., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 5(2).