

DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI

Nabila¹⁾, Wahyudi²⁾, Sri Mulyantini³⁾

¹nah.billaa@gmail.com, ²upnvj.wahyudi@gmail.com, ³srimulyantini61@gmail.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan dengan menggunakan proksi Ln(Total Aset), *Leverage* dengan proksi *Debt to Equity* (DER), dan Profitabilitas dengan proksi *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan yang dilihat melalui *Price to Book Value*. Populasi dalam penelitian ini adalah sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, dan total perusahaan yang terpilih ada 26 perusahaan sektor industri barang konsumsi dengan periode 3 tahun. Sehingga total sampel sebanyak 78 data. Penelitian ini menggunakan Microsoft Excel 2019 dan E-Views 10 untuk menganalisis data dan pengujian hipotesis dengan metode analisis regresi data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: ukuran perusahaan; *leverage*; profitabilitas; dan nilai perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of firm size proxied by Total assets (Ln), Leverage proxied by Debt to Equity Ratio (DER), and Profitability proxied by Return On Equity (ROE) with firm value indicated by price to book value. The population in this study is consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in the period of 2016-2018. The sampling technique used in this study is purposive sampling with certain criteria, and obtained 26 consumer goods industry sector with a research period of three years, so the total sample as many as 78 data. Data analysis was performed using Microsoft Excel 2019 and E-Views 10. And hypothesis testing in this study used panel data regression analysis. The results showed that Leverage had a positive effect on value of the firm, while firm size and profitability did not affect the value of the firm.

Keywords: Firm Size, Leverage, Profitability, and Firm Value

PENDAHULUAN

Sektor manufaktur adalah sektor andalan dalam hal investasi dan ekspor, khususnya pada sektor industri barang konsumsi yang mana dalam hal tersebut jika terus ditingkatkan akan berdampak baik bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Bahkan, melalui investasi tersebut, sektor manufaktur memberikan kekuatan pada perekonomian nasional dalam hal penyerapan tenaga kerja, peningkatan nilai tambah bahan baku, dan penerimaan negara dari ekspor. Di Indonesia bukan hanya pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang tetapi pertumbuhan penduduk pun selalu berkembang, oleh karena itu tingkat kebutuhannya pun ikut berkembang, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Prospek pertumbuhan perusahaan manufaktur terlebih dalam sektor industri barang konsumsi harus selalu meningkat, agar kebutuhan dari setiap masyarakat selalu terpenuhi dengan baik. Pertumbuhan sektor ini bukan hanya untuk sekarang tetapi juga untuk masa yang akan datang, dengan cara setiap perusahaan dalam sektor ini harus mempersiapkan segala inovasi-inovasi baru terhadap produknya, agar produk yang dihasilkan selalu diterima dan dapat memenuhi setiap kebutuhan masyarakat. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan tingkat pertumbuhan dari perusahaan itu sendiri, yaitu dengan mempersiapkan segala strategi untuk menghadapi persaingan antar sesama perusahaan industri barang konsumsi, karena meningkatnya pertumbuhan perusahaan, akan memberikan kekuatan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Semakin sejahtera perusahaan manufaktur, memberikan peluang untuk lapangan kerja yang lebih banyak. Sehingga melalui lapangan kerja yang banyak itu dapat membantu mengurangi pengangguran dan mengatasi masalah ekonomi lainnya.

Tabel 1.

Kode Saham	Tahun	PBV	SIZE	DER	ROE
ADES	2017	1.28	27.46	0.99	0.09
	2018	1.18	27.50	0.83	0.11
CEKA	2017	0.85	27.96	0.54	0.12
	2018	0.89	27.79	0.20	0.09
HMSP	2017	16.13	31.40	0.26	0.37
	2018	13.74	31.47	0.32	0.38

Sumber: www.idx.co.id

Tabel di atas memperlihatkan contoh perusahaan yang mengalami kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. Pada perusahaan ADES nilai perusahaannya turun sebesar 7,8%, namun pada total asset mengalami kenaikan sebesar 0,15% dan profitnya mengalami kenaikan sebesar 22,22% sedangkan *leveragenya* mengalami penurunan sebesar 16,16%. Perusahaan HMSP mengalami kenaikan pada total asset sebesar 0,22%, *leverage* sebesar 23,08%, dan profit sebesar 2,7%, namun tidak disertai dengan kenaikan nilai perusahaan, untuk nilai perusahaannya mengalami penurunan sebesar 14,8%. Sedangkan pada perusahaan CEKA mengalami kenaikan nilai perusahaan sebesar 4,7%, namun mengalami penurunan pada total asset sebesar 0,6%, *leverage* sebesar 62,96%, dan profit sebesar 25%.

Hal tersebut merupakan sebuah fenomena karena tidak sesuai dengan teori Rahayu dan Sari (2018) yang mengatakan bahwa apabila ukuran perusahaan naik

maka nilai perusahaan juga akan naik. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Suwardika & Mustanda (2017) dan Cheryta & Indrawati (2017) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, akan tetapi hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian Ngurah, dkk (2016) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Rahayu dan Sari (2018), *leverage* yang besar akan membuat laba yang diberikan kepada investor berkurang, sehingga dapat membuat harga saham menurun. Sehingga *leverage* yang kecil akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan berdampak baik pada kepercayaan dari investor. Dalam hal ini, penurunan nilai perusahaan ada yang disebabkan oleh peningkatan *leverage*. Penelitian Rudangga dan Sudiarta (2016) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Novari dan Lestari (2016), membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Teori Rahayu dan Sari (2018) juga menyatakan bahwa apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan meningkat. Penelitian Sucuahi dan Cambarihan (2016) membuktikan kalau profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Hirdinis (2019) dan Warouw dkk (2016) yang membuktikan bahwa profitabilitas bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Sedangkan penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berguna sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama dan bagi perusahaan serta investor.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal dan Nilai Perusahaan

Menurut Spance (1973) dalam Fauziah (2017, hlm.11) membahas tentang keterkaitan sinyal dengan indikator ekonomi dalam pasar kerja sebagai fungsi signaling. Dalam penelitian ini, membahas mengenai “potensi manajer yang kekurangan informasi tentang kualitas dari investor. Investor yang memperoleh sinyal mengenai kualitas perusahaan tersebut akan mengurangi asimetri informasi. Hal tersebut diduga merupakan sinyal yang dapat diandalkan oleh investor. Investor yang berkualitas rendah tidak akan mampu bersaing dengan investor pintar.”

Fauziah (2017, hlm.1) mengatakan bahwa ada beberapa cara untuk memaksimalkan harga saham, diantaranya dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan secara efisien. Kinerja perusahaan mengacu pada hasil akhir dari kegiatan operasional perusahaan dalam periode satu tahun. Penilaian kinerja tersebut bertujuan untuk mengevaluasi perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan sesuai dengan kepentingan masing-masing. nilai perusahaan dapat diukur dengan *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV).

Kesan investor atas tingkat kesuksesan perusahaan dapat dilihat melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang mengalami kenaikan karena tingginya harga

saham akan membuahkan rasa percaya oleh pasar pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa depan. Mengoptimalkan laba perusahaan dan mengoptimalkan nilai perusahaan adalah target perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan para investor, sehingga target tersebut akan menjadi standart penting untuk mengelola hidup perusahaan. Harga saham ialah salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Apabila Harga saham meningkat, maka return investor juga akan meningkat. Tingkat kesuksesan perusahaan dalam memenuhi kesejahteraan investor dapat dilihat dari nilai perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan, maka semakin besar tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan dananya kepada perusahaan.

Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

“Ukuran perusahaan dengan pemodal pasar atau penjualan yang besar memperlihatkan performa perusahaan. Perusahaan yang lebih besar akan dengan lancar mendapatkan pendanaan untuk memperoleh tambahan modal melalui hutang” Sitanggang (2013, hlm.76)

Ukuran perusahaan adalah gambaran perusahaan yang dapat dilihat melalui total asetnya. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk memperoleh sumber dana yang akan digunakan untuk kegiatan operasionalnya, dimana semakin besar sumber dana yang didapatkan, akan membuat harga saham meningkat. Dengan harga saham yang tinggi, akan membuat investor lebih percaya dan lebih tertarik untuk mengalokasikan dananya ke perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Ngurah, dkk (2016), menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage dan Nilai Perusahaan

Harahap (2016, hlm.306) “leverage sama dengan rasio yang menjelaskan hubungan antara hutang perusahaan dengan modal atau aset. Dalam rasio ini, dapat dilihat seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dari pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Semakin besar modal yang berasal dari hutang menunjukkan perusahaan semakin baik”.

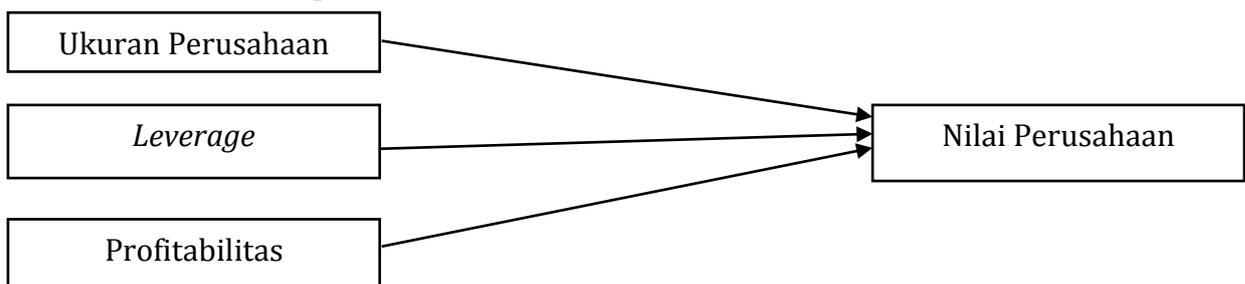
Dalam penelitian Hestia, Anugerah dan Suryanawa (2019) menyebutkan bahwa “...perusahaan yang tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total aset yang dimiliki perusahaan. Jumlah hutang yang semakin besar akan memperlihatkan risiko investasi yang besar pula, jika perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya tepat pada waktu. Leverage mencerminkan seberapa jauh perusahaan didanai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Semakin besar rasio leverage memperlihatkan semakin besar dana yang disediakan oleh kreditur. Hal tersebut akan membentuk kehati-hatian investor untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio leverage nya tinggi, dikarenakan semakin tinggi rasio leverage, maka semakin tinggi resiko investasinya (Weston & Copeland, 1992). Teori struktur modal model trade off mengatakan bahwa hutang yang semakin bertambah akan mengakibatkan financial distress. Terjadinya financial distress akan menyebabkan nilai perusahaan mengalami penurunan”. Hal ini sesuai dengan penelitian Hestia, dkk (2019), menunjukkan bahwa leverage secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Kasmir (2018, hlm.196) mengungkapkan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba dapat dilihat dengan rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan, intinya dari rasio ini dapat diketahui tentang efisiensi perusahaan. Rasio ini juga merupakan alat evaluasi kinerja manajemen, dan untuk mengukur tingkat keefektivan perusahaan dalam melaksanakan kerjanya. Kegagalan atau keberhasilan perusahaan dapat dilihat melalui rasio ini.

Keuntungan yang besar memperlihatkan kesanggupan perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang besar pada investor. Semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin besar kesanggupan perusahaan dalam membayarkan dividennya, dan hal tersebut berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Melalui rasio profitabilitas yang tinggi dari perusahaan akan menambah ketertarikan investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Novari dan Lestari (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Model Penelitian Empirik



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran

Hipotesis

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga semakin tinggi Ukuran Perusahaan, maka akan semakin tinggi Nilai Perusahaan.

H2: Leverage berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga semakin rendah tingkat utang, maka akan semakin tinggi Nilai Perusahaan

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga semakin tinggi rasio profitabilitas, maka akan semakin tinggi Nilai Perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengukuran Variabel

Variabel Dependen

Nilai perusahaan adalah gambaran tingkat kesuksesan perusahaan dalam mensejahterakan investornya yang tercermin melalui harga saham. Nilai perusahaan ini dapat diukur dengan menggunakan rasio pasar. Rasio pasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai buku. Berikut adalah rumus PBV:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku per saham}} \quad (1)$$

Varibel Independen

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar atau kecil perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Rumusnya ialah:

$$SIZE = LN (\text{Total Aset}) \quad (2)$$

b. *Leverage*

Leverage merupakan pemakaian utang yang dilakukan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Rumusnya adalah:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}} \quad (3)$$

c. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk memperoleh laba. Rumusnya adalah:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \quad (4)$$

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang telah terdaftar di BEI pada periode 2016-2018. Teknik pemilihan sampelnya ialah purposive sampling.

Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis dan uji hipotesis prosedur yang dilakukan adalah dengan menggunakan bantuan komputer yaitu *Microsoft Excel 2019* dan *Eviews version 10*.

Metode analisis data yang digunakan regresi data panel, dengan perumusan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} = Nilai Perusahaan

X₁ = Ukuran Perusahaan

X₂ = Leverage

X₃ = Profitabilitas

β = Konstanta

i = Nama Perusahaan Pariwisata

t = Periode Waktu

μ = Error Term

Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini, uji yang digunakan ialah Uji Parsial (uji t) dan Uji Koefisien Determinasi (R²)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Objek Penelitian

Melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan, maka perusahaan yang terpilih untuk dijadikan sampel terdapat sebanyak 26 perusahaan dengan periode 2016-2018, sehingga total data sampel keseluruhan adalah 78 sampel.

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	PBV	SIZE	DER	ROE
<i>Mean</i>	6.634231	28.81436	0.746795	0.251795
<i>Median</i>	2.510000	28.69500	0.580000	0.145000
<i>Maximum</i>	82.44000	31.87000	2.650000	2.240000
<i>Minimum</i>	0.290000	25.80000	0.080000	0.020000
<i>Std. Dev.</i>	13.23589	1.437370	0.543439	0.381081
<i>Observations</i>	78	78	78	78

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Interpretasi statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai rata-rata dari nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi periode 2016-2018 adalah sebesar 6.634231, dengan nilai tertinggi sebesar 82.44000. Sedangkan nilai terendah dari PBV adalah 0.290000. Untuk standar deviasinya PBV memiliki sebesar 13.23589. Standar deviasi yang besar (lebih dari 30% dari mean) menunjukkan adanya kesenjangan/variasi yang cukup besar dari nilai perusahaan terendah dan tertinggi.

b. Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran perusahaan dari sektor industri barang konsumsi memiliki nilai rata-rata sebesar 28.81436. Nilai tertingginya sebesar 31.87000. Nilai terendahnya adalah sebesar 25.80000. Standar deviasi ukuran perusahaan tidak besar (tidak lebih dari 20% mean) menunjukkan kesenjangan/variasi yang kecil dari ukuran perusahaan terendah dan tertinggi.

c. *Leverage* (DER)

Nilai rata-rata dari *leverage* dari sektor industri barang konsumsi adalah 0.746795, dengan nilai tertinggi sebesar 2.650000. Sedangkan nilai terendahnya sebesar 0.080000. Standar deviasi yang besar (lebih dari 30% dari mean) menunjukkan adanya kesenjangan/variasi yang cukup besar dari leverage terendah dan tertinggi.

d. Profitabilitas (ROE)

Profitabilitas dari sektor industri barang konsumsi ini memiliki rata-rata sebesar 0.251795 dengan nilai tertinggi 2.240000. Untuk nilai terendahnya sebesar 0.020000. Standar deviasi yang besar (lebih dari 30% dari mean) menunjukkan adanya kesenjangan/variasi yang cukup besar dari profitabilitas terendah dan tertinggi.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dalam menentukan model yang terbaik untuk mengolah dan menganalisa data penelitian, maka peneliti melakukan 3 pengujian terlebih dahulu yaitu uji *Chow*, uji *Haussman*, dan uji *Lagrange Multiplier*.

Uji Chow (*Common Effect Model vs Fixed Effect Model*)

Tabel 3. Hasil Uji Chow

<i>Effects Test</i>	Statistic	d.f.	Prob.
<i>Cross-section F</i>	13.845246	(25,49)	0.0000
<i>Cross-section Chi-square</i>	162.817000	25	0.0000

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Nilai probabilitas *Cross section Chi-square* sebesar $0.0000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga model yang paling cocok digunakan antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* adalah *Fixed Effect Model*.

Uji Hausman (*Fixed Effect Model vs Random Effect Model*)

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

<i>Test Summary</i>	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
<i>Cross-section random</i>	55.874245	3	0.0000

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Nilai probabilitas *Cross Section Random* sebesar $0.0000 < 0.05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model terbaik yang digunakan dalam penelitian antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model* adalah *Fixed Effect Model*.

Model Regresi Data Panel yang Digunakan

Tabel 5. *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	41.12840	104.0307	0.395349	0.6943
SIZE	-1.359976	3.608593	-0.376872	0.7079
DER	7.973687	2.376442	3.355305	0.0015
ROE	-5.012201	2.741592	-1.828208	0.0736

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Hasil pengujian pada model regresi data panel, maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$PBV = 41.12840 - 1.359976SIZE + 7.973687DER - 5.012201ROE$$

UJI HIPOTESIS
Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6. Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	41.12840	104.0307	0.395349	0.6943
SIZE	-1.359976	3.608593	-0.376872	0.7079
DER	7.973687	2.376442	3.355305	0.0015
ROE	-5.012201	2.741592	-1.828208	0.0736

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Hasil olah data statistik menggunakan program *EViews 10*, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam *SIZE*, menunjukkan nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*tabel yaitu -0.376872 lebih besar dari -1.99254, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05, yaitu sebesar 0.7079 atau $0.7079 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam Debt to Equity Ratio (*DER*) menunjukkan nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*tabel yaitu 3.355305 lebih besar dari 1.99254, maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.0015 atau $0.0015 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel leverage signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam Return on Equity (*ROE*), menunjukkan nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*tabel yaitu -1.828208 lebih besar dari -1.99254, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel profitabilitas (*ROE*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05, yaitu sebesar 0.0736 atau $0.0736 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel profitabilitas (*ROE*) tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinasi

R-squared	0.955764	Mean dependent var	6.634231
Adjusted R-squared	0.930487	S.D. dependent var	13.23589
Sum squared resid	596.7167	Schwarz criterion	6.492413
F-statistic	37.81099	Durbin-Watson stat	3.525576
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: data diolah dari *Eviews 10*

Hasil dari uji koefisien determinasi didapat dari nilai Adjusted R-squared. Berdasarkan tabel 13 uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka 0.930487 atau 93.05 % yang berarti bahwa variabel dependen yaitu nilai perusahaan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh tiga variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas sebesar 93.05 %, sedangkan 6.95 % sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Pembahasan

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi data panel di atas, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam SIZE, menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu -0.376872 lebih besar dari -1.99254, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05, yaitu sebesar 0.7079 atau $0.7079 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel ukuran perusahaan (SIZE) tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut teori semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin mudah perusahaan dalam memenuhi sumber dana untuk digunakan dalam menjalankan berbagai kegiatan operasinya. Namun dalam penelitian besar kecilnya suatu ukuran perusahaan tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berarti Investor yang ingin berinvestasi, tidak akan melihat perusahaan melalui total asetnya, namun investor dapat meninjau dari berbagai aspek lainnya seperti penggunaan hutang, kebijakan dividen, dan nama baik perusahaan, ataupun melalui aspek lain.

b. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi data panel, menunjukkan bahwa pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam Debt to Equity Ratio (DER) menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3.355305 lebih besar dari 1.99254. maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.0015 atau $0.0015 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel leverage signifikan terhadap nilai perusahaan

Hasil ini tidak sesuai dengan teori Rahayu dan Sari (2018) yang mengatakan bahwa semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada investor, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat DER maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi sehingga perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya DER maka akan semakin meningkat pula nilai perusahaannya. Artinya investor akan melihat total hutang perusahaan sebagai dasar untuk melakukan investasi, karena investor percaya bahwa semakin tinggi hutang perusahaan, maka akan

tinggi pula risiko investasinya. Semakin tinggi risiko investasi, maka akan semakin tinggi pula return yang akan didapat.

c. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dinyatakan dalam Return on Equity (ROE), menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu -1.828208 lebih besar dari -1.99254, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai probabilitas menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05, yaitu sebesar 0.0736 atau $0.0691 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel profitabilitas (ROE) tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut teori apabila profitabilitas suatu perusahaan mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga meningkat, sehingga hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah positif. Dalam penelitian ini setelah dilakukan pengujian didapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan beberapa investor tidak melihat profitabilitas sebagai indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan. Tetapi para investor melihat dari aspek lainnya seperti total utang yang dihubungkan dengan perilaku manajer yang baik, serta prospek perusahaan untuk saat ini dan di masa yang akan datang dan juga melihat serta mempertimbangkan faktor eksternal.

SIMPULAN

- a. Hasil pengujian variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aktiva (SIZE) menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini tidak terbukti.
- b. Hasil pengujian variabel leverage yang diukur dengan debt to equity ratio (DER) menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini tidak terbukti.
- c. Hasil pengujian variabel profitabilitas yang diukur dengan return on equity (ROE) menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini tidak terbukti.

DAFTAR PUSTAKA

- Cheryta, A. M., & Indrawati, N. K. (2017). *The Effect of Leverage , Profitability , Information Asymmetry , Firm Size on Cash Holding and Firm Value of Manufacturing Firms Listed at Indonesian Stock Exchange*. 4(4), 21–31.
- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.

- Harahap, S. S. (2016). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hirdinis, M. (2019). *Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability*. VII(1), 174–191.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan kKeuangan*. Depok: Rajawali Pers.
- Ngurah, A. A., Adi, D., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh Kebijakan Vividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 5(7), 4044–4070.
- Novari, P., & Lestari, P. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 5671–5694.
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan*. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 2(1), 69–76.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2), 4394–4422.
- Sitanggang, J. P. (2013). *Manajemen Keuangan Perusahaan Lanjutan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sucuahi, W., & Cambarihan, J. M. (2016). *Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines*. *Accounting and Finance Research*, 5(2). <https://doi.org/10.5430/afr.v5n2p149>.
- Suwardika, I. N., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1248–1217.
- Warouw, C., Nangoy, S., & Saerang, I. S. (2016). *Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 366–375.