

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN
DAN MINUMAN**

Oleh

Muhammad Rivandi¹⁾, Berta Agus Petra²⁾

^{1,2}Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Putra Indonesia "YPTK"

Email: ¹muhammadrivandi@akbpstie.ac.id, ²aguspetra@upiyptk.ac.id

Abstract

Maximize value of enterprise of crucial importance to a company, be an increase in the value of enterprise ineffective with satisfaction the shareholders as early as. The company was assessed as good when share prices high in the capital market. If the price of a stock company has high the riches of company owner will increase. This study aims to analyze due to the size of the company, leverage, and on the perceived value of the company profitability in the new company sub food and beverages sectors who are enrolled in BEI years 2016-2020. The sampling method used is the Purposive Sampling Method with a sample of 12 food and beverage sub sector companies listed on the BEI in 2016-2020. The data analysis technique is panel data regression. The results of the study prove that firm size has a negative and significant effect on firm value, leverage has no effect on firm value, and profitability has a positive and significant effect on firm value.

Keywords: The Size Of The Company, Leverage, Profitability, And The Value Of The Company.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih berpengaruh besar dalam dunia usaha. Dengan kemajuan teknologi tersebut, perusahaan harus lebih memperbaharui informasi agar perusahaan mampu bersaing lebih ketat dalam bidang teknologi yang menyangkut kemampuan perusahaan dalam memproduksi sebuah produk. Tujuannya agar pemodal bisa mengetahui informasi perusahaan secara umum (Ardianto & Rivandi, 2018). Keadaan dunia bisnis saat ini menimbulkan topik baru yang sangat menarik dan sering dibahas yaitu revolusi industri 4.0, Perusahaan yang mengikuti perkembangan industri 4.0 memanfaatkan rantai pasokan dan jaringan yang lebih sistematis di dunia operasi. Pada perusahaan global, pemasok atau staf bekerja dalam kelompok kecil untuk meningkatkan ide agar dapat tersebar dengan luas. Hadirnya revolusi 4.0 memberikan

harapan baru kepada perusahaan khususnya manufaktur dalam skala besar untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting sebagai objek utama bagi perusahaan untuk terus meningkatkan nilai perusahaan sebagai kelangsungan hidup perusahaan selanjutnya (*going concern*). Nilai pasar sanggup memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham dengan maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan disebut meningkat jika dilihat dari kenaikan harga sahamnya. Peningkatan harga saham menandakan kemakmuran bagi para pemegang saham dan nilai perusahaan. (Rivandi, 2018).

Keadaan suatu perusahaan telah tercapai dapat digambarkan dari pendapat pemodal atas kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan, berlakunya fungsi manajemen diterapkan semenjak perusahaan itu berdiri sampai dengan sekarang disebut dengan nilai

perusahaan. Hasil kinerja suatu perusahaan dilihat dari adanya nilai kinerja perusahaan yang tinggi. Jika nilai perusahaan meningkat, maka kesejahteraan yang didapat pemilik perusahaan semakin besar. Oleh sebab itu, tujuan perusahaan dalam jangka panjang dapat terlaksana (Ayu & Suarjaya, 2018).

Menyangkut permasalahan yang ditemukan, terlihat penurunan harga saham pada dua emiten konsumen 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. Mengacu pada data Bursa Efek Indonesia (BEI), saham INDF turun hingga 6,67% di level Rp. 5.600/saham, sementara saham ICBP juga merosot hingga 6,98% di level Rp. 8.325/saham. Sebelumnya harga saham INDF minus 6,61% di level Rp. 6.000, dengan kapitalisasi pasar Rp. 52,68 triliun, sedangkan ICBP minus 6,77% di level Rp. 8.950/saham dengan kapitalisasi pasar Rp. 104,37 triliun. Akuisisi Pinehill dapat menciptakan sentimen negatif jangka pendek, target penghasilan Pinehill sebesar US\$ 128,5 juta pada tahun 2020 menyiratkan kenaikan 66% year on year yang seharusnya menjadi faktor kunci yang harus diperhatikan, kesepakatan ini berpotensi netral terhadap pendapatan, dengan asumsi tingkat pinjaman US\$ 4%. Dengan diturunkannya peringkat rekomendasi dari “beli (buy)” ke “*Underperformed* (U-PF)” dengan target harga dari Rp. 11.000/saham menjadi Rp. 9.850/saham untuk ICBP. Rekomendasi *Underperformed* biasa digunakan untuk saham yang diperkirakan cenderung turun dibawah pasar. Sementara untuk INDF juga terkena oleh sentimen negatif jangka pendek pada anak perusahaan. Indofood dinilai memperoleh 80% NAV (net asset value) dari anak perusahaan terbesarnya ICBP. (Ayu & Suarjaya, 2018).

Permasalahan tersebut berdampak kepada perusahaan karena turunnya harga saham, oleh karena itu perusahaan harus bisa memaksimalkan kembali kinerja perusahaan agar nilai perusahaan terus meningkat. Memaksimalkan nilai perusahaan penting artinya terhadap sebuah perusahaan, dengan memaksimalkan nilai perusahaan dapat memaksimalkan kepuasan para pemegang saham agar tercapainya tujuan perusahaan. Perusahaan harus bisa mengoreksi potensi finansial dan potensi tidak finansial dalam meningkatkan nilai perusahaan terhadap eksistensi perusahaan jangka panjang. Kelanjutan perusahaan merupakan hal penting yang harus dijaga, terutama menyangkut kesejahteraan pemegang saham sebagai nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham Rivandi (2018).

Nilai Perusahaan dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVS + D}{TA}$$

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

MVS= Nilai pasar saham

D = Nilai pasar hutang

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang memberikan gambaran tentang besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat meyakinkan tingkat kepercayaan investor. Makin besarnya sebuah perusahaan, maka semakin dikenal masyarakat perusahaan tersebut, sehingga semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Apabila ukuran perusahaan semakin besar justru akan lebih mudah lagi perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal (Sudantoko, 2016). Besarnya ukuran perusahaan menggambarkan jika perusahaan sedang mengalami

pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang mengalami kenaikan lebih besar dibandingkan jumlah hutang perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus : $Size \text{ Perusahaan} = Ln (\text{Total Aset})$

Leverage

Leverage atau rasio solvabilitas yaitu rasio yang menggambarkan kesanggupan perusahaan memenuhi seluruh kewajibannya. *Leverage* digunakan untuk menilai seberapa banyak modal perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya dengan jumlah aset yang dimiliki. Hal ini akan berpengaruh jika leverage naik atau bertambah maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan, sebaliknya jika leverage turun atau berkurang maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi untuk memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham (Himawan, 2019).

Leverage dapat diukur dengan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator kemampuan seorang manajemen dalam mendapatkan pendapatan suatu perusahaan yang berupa laba dan dihasilkan dari perusahaan itu sendiri. Profitabilitas juga dapat dilihat melalui kemampuan modal yang ditanamkan perusahaan secara keseluruhan jumlah aktiva untuk memperoleh pengembalian aset. Profitabilitas penting bagi perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (Dhani & Utama, 2017).

Profitabilitas dapat diukur dengan rumus

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

Pengembangan Hipotesis

Menurut (Sudantoko, 2016), (Sudantoko, 2016) (Sudantoko, 2016), dalam penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, besar kecilnya ukuran perusahaan dapat dicerminkan dari total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai total aktiva yang besar maka perusahaan juga memiliki ukuran perusahaan yang besar. Perusahaan yang tingkat pertumbuhannya besar akan memicu minat investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tentunya.

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian (Sudantoko, 2016), (Sudantoko, 2016), (Sudantoko, 2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* ialah salah satu alat yang sering dipakai perusahaan dalam meningkatkan modal mereka untuk meningkatkan laba. Semakin besar *leverage* maka resiko perusahaan tidak sanggup membayar kewajibannya makin besar, hal ini berpengaruh terhadap turunnya nilai perusahaan.

H₂ : Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Rivandi (2018), Ayu & Suarjaya (2018), Himawan (2019), Dewantari, Cipta & Susila (2019), Chasanah (2019), Jiarni & Utomo (2019), Aprilia & Triyonowati (2020), Wulandari, Tansar, Suzanto (2020), dan Mardiana (2020) pada penelitiannya menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya profit yang dihasilkan perusahaan maka nilai perusahaan juga semakin tinggi. Pada dasarnya profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih dari penjualan bersihnya, Profitabilitas juga dapat mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola kegiatan operasionalnya dengan mengurangi beban perusahaan dan

memaksimalkan laba perusahaan. Sehingga investor tertarik dalam menanamkan saham pada perusahaan tersebut.

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Data dan Sampel

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2016–2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel.

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020 yang berjumlah 19 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*, kriteria yang digunakan adalah 1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar berturut-turut di BEI selama periode penelitian tahun 2016-2020, 2) Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian 2016-2020, 3) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mengalami *delisting* di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020. Berdasarkan kriteria *Purposive Sampling* maka jumlah sampel yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 12 perusahaan dengan observasi penelitian selama 5 tahun, maka jumlah objek observasi penelitian sebanyak 60 data observasi.

Teknik Analisis Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis maka digunakan metode analisis yang dilakukan dengan menggunakan model pengujian hipotesis terlebih dahulu, pengujian kelayakan model dalam penelitian menggunakan 3 pembentukan model. Menurut Winarno, (2017) dalam mengestimasi persamaan dengan data panel dapat menggunakan pendekatan yaitu *Common*

Effect Model, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*.

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan model regresi data panel dengan menggunakan *software* pengolah data statistik *Eviews 9* untuk melakukan pengolahan data. Model regresi data panel yang digunakan ialah:

$$Y_{it} = a + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e$$

Berdasarkan model regresi data panel tersebut menjelaskan Y_{it} = Variabel Terikat (Nilai Perusahaan), a = Konstanta, X_{1it} = Ukuran Perusahaan, X_{2it} = *Leverage*, X_{3it} = Profitabilitas, $\beta_1 - \beta_3$ = koefisien variabel, e = Variabel pengganggu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Uji Kelayakan Model

Memilih model penelitian yang paling tepat diantara *fixed effect model* (FEM) dan *random effect model* (REM) dengan patokan hasil uji *chow* dan uji *hausman*.

a. Uji Chow

Uji *chow* digunakan untuk dapat memilih antara model *common effect* atau *fixed effect* dalam mengolah data panel. Hal ini dikarenakan asumsi bahwa setiap unit *cross section* memiliki perilaku yang berbeda. Berikut ini adalah hasil uji *chow* dengan menggunakan tes *likelihood ratio* pada aplikasi *Eviews 9*.

Tabel 2. Hasil Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	42.817757 (11,45)	0,0000	
<i>Cross-section Chi-square</i>	146.366113	11	0,0000

Sumber : olah data *eviews 9*, 2021

Hipotesis pengujian yang dilakukan menggunakan *Chow test*, yaitu :

H_0 : *Probability* > 0,05 : model mengikuti *common effect model*

H_a : *probability* < 0.05 : model mengikuti *fixed effect model*

Berdasarkan table 2 diperoleh nilai *Probability* untuk *cross section Chi-Square* sebesar $0,0000 < 0,005$ sehingga hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *fixed effect model* lebih tepat digunakan dari pada *common effect model* untuk mengestimasi data panel. Proses selanjutnya harus melalui Uji *Haussman*.

b. Uji *Haussman*

Setelah tahapan pengujian signifikansi *fixed effect model* lebih baik digunakan pada penelitian ini dari pada *common effect model*. Lalu diujikan kembali pada model panel *fixed effect model* atau *random effect model* yang lebih sesuai, untuk menentukan hal tersebut dilakukan Uji *Haussman* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	53.0179 20	3	0,0000

Sumber : olah data *views 9, 2021*

Hipotesis pengujian yang dilakukan menggunakan *Haussman Test*, yaitu H_0 : *Probability* > 0,05 : model mengikuti *Random effect model*, H_a : *Probability* < 0,05 : model mengikuti *Fixed effect model*. Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai *Probability* untuk *cross-section random* sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga hasil uji menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan *Fixed Effect Model* layak untuk digunakan.

Berdasarkan pengujian sebelumnya maka peneliti menyimpulkan menggunakan uji *Haussman* dengan pemilihan *Fixed Effect Model* (FEM). Hal ini dikarenakan dengan menggunakan uji *Haussman* mendapati hasil dengan nilai signifikansi di bawah 5% sehingga dengan dasar tersebut peneliti memilih FEM sebagai model yang tepat. Berikut ini adalah tampilan *Fixed Effect*

Model (FEM) yang didapatkan dengan menggunakan *Software Eviews 9.0*

Tabel 4. Hasil Pengujiian Fixed Effect Model (FEM)

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Prob.</i>
C	28,98479	0,0005
X1	-0,928690	0,0009
X2	-0,057648	0,4222
X3	9,732443	0,0000

Sumber : olah data *views 9, 2021*

Berdasarkan hasil menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM), didapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 28,985 - 0,929 X1 - 0,058 X2 + 9,732 X3$$

- Hasil persamaan diatas diperoleh konstanta bernilai positif sebesar 28,985 yang artinya jika ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman mengalami peningkatan sebesar 28,985 jika ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas dianggap tetap atau sama dengan 0.
- Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan bernilai negatif sebesar 0,929 artinya apabila ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman akan mengalami penurunan sebesar 0,929 jika variabel independen lain nilainya tetap atau konstan.
- Koefisien regresi variabel *leverage* bernilai negatif sebesar 0,058 artinya apabila *leverage* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman akan mengalami penurunan sebesar 0,058 jika variabel independen lain nilainya tetap atau konstan.
- Koefisien regresi variabel profitabilitas bernilai positif sebesar 9,732 artinya apabila profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai

perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman akan mengalami peningkatan sebesar 9,732 jika variabel independen lain nilainya tetap atau konstan.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji Parsial (Uji t) yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, berikut adalah hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini :

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Variable	Prob.	Keterangan
C	0.0005	
X1	0.0009	H ₁ Diterima
X2	0.4222	H ₂ Ditolak
X3	0.0000	H ₃ Diterima

Sumber : olah data eviews 9, 2021

Dilihat dari tabel uji parsial diatas dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut:

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Uji t terhadap variabel ukuran perusahaan diperoleh probabilitas lebih kurang dari 0,05 ($0,0009 < 0,05$) sehingga H₀ ditolak H₁ diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Uji t terhadap variabel *leverage* diperoleh probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,4222 > 0,05$) sehingga H₀ diterima H₂ ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Uji t terhadap variabel profitabilitas diperoleh nilai probabilitas lebih kurang dari 0,05 ($0,0000 < 0,05$) sehingga H₀ ditolak H₃ diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi diukur dengan nilai *Adjusted R-Square*. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinan (R²)

Keterangan	Koefisien
<i>R-Square</i>	0,985237
<i>Adjust R-Square</i>	0,780644

Sumber : olah data eviews 9, 2021

Berdasarkan tabel diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,780644, hal ini berarti variabel ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas memiliki kontribusi sebesar 78% dalam menjelaskan nilai perusahaan, sedangkan sisanya yaitu 22% ($100\% - 78\%$) merupakan kontribusi variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan, bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan yang terlalu besar dianggap sebagai sinyal negatif bagi para investor ataupun calon investor.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sudantoko, 2016), (Sudantoko, 2016), bahwa perusahaan

dengan ukuran lebih tinggi umumnya memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah.

Pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada dalam perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik aset perusahaan. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaannya. Ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan operasional dan strategi oleh jajaran manajemen, sehingga mengurangi nilai perusahaan. Kondisi seperti ini disebabkan karena adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi dalam meningkatkan atau menurunkan nilai suatu perusahaan. Tinggi atau rendahnya hutang perusahaan, apabila manajer tidak bisa mengelola dananya dengan baik, maka dapat dipastikan perusahaan tersebut tidak dapat mengembalikan hutang kepada pihak ketiga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivandi (2018), Kolamban, Murni, & Baramuli (2018), Hidayat (2019), Jiarni & Utomo (2019), Dewantari, Cipta, & Susila (2019), Mardiana (2020), Aprilia & Triyonowati (2020), dan

Wulandari, Tansar & Suzanto (2020), yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya hutang yang dikelola perusahaan tidak menjamin dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman apabila terlalu banyak hutang untuk pembiayaan operasionalnya, dianggap tidak sehat karena penggunaan hutang yang tinggi akan dapat menurunkan laba, penurunan atau peningkatan tingkat hutang akan memiliki pengaruh pada penilaian pasar. Sehingga kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila pengembalian aset tinggi, maka meningkat pula laba bersih perusahaan yang diperoleh dari total aset. Peningkatan laba perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor dalam melakukan investasi, sehingga dapat memberikan dividen yang tinggi pula kepada pemegang saham yang secara otomatis dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivandi (2018), Ayu & Suarjaya (2018), Himawan (2019), Dewantari, Cipta & Susila (2019), Chasanah (2019), Jiarni & Utomo (2019), Aprilia & Triyonowati (2020), Wulandari, Tansar, Suzanto (2020), dan Mardiana (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan kenaikan laba perusahaan akan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman, peningkatan ini memberikan dampak positif yang menjadikan nilai perusahaan semakin baik. Profitabilitas yang tinggi dinilai sebagai sinyal positif bagi para investor yang berharap terjadinya peningkatan

laba bersih perusahaan, manajemen perusahaan juga akan meningkatkan dividen yang akan dibagikan kepada para pemegang saham (investor). Sehingga semakin besar profitabilitas perusahaan, semakin banyak pendapatan yang dapat didistribusikan bagi pemegang saham, dengan demikian nilai perusahaan yang diharapkan akan lebih tinggi

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Dari analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman 2) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman..3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman

Saran

1. Menambah sampel subsector yang lain, sehingga beragam sektor yang diteliti
2. Memperlebar tahun pengamatan
3. Menambah variable yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti struktur kepemilikan, struktur modal, corporate governance

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, D., & Rivandi, M. (2018). Pengaruh Enterprise risk management disclosure, intellectual capital disclosure dan struktur pengelolaan terhadap nilai perusahaan. *Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 11(2), 284–305. Retrieved from <http://ejournal.kopertis10.or.id/index.php/benefita/article/view/3113>
- [2] Ayu, D. P., & Suarjaya, G. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(2), 1557–1583.
- [3] Chasanah, A. N. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2287>
- [4] Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- [5] Hery. (2017). Riset Akuntansi. In *Akuntansi* (p. 124 Halaman). Gramedia Widiasarana.
- [6] Intan, dewa ayu, & Sudiartha, G. M. (2006). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2222–2252.
- [7] Rivandi, M. (2018). Pengaruh intellectual capital disclosure, kinerja keuangan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Pundi*, 2(1), 41–54. <https://doi.org/10.1360/zd-2013-43-6-1064>
- [8] Sudantoko, D. dan R. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Prestasi*, Vol. 9.
- [9] Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan,

- Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80.
<https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>
- [10] Winarno, wing wahyu. (2017). *Analisis ekonomertika dan statistika dengan Eviews*. yogyakarta: unit penerbit.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN