
Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020)

Khairunisa ¹, Budi Artinah ^{2*}, Antung Noorasiah³, Nurul Hayati ⁴,

1,2,3,4 STIE Indonesia Banjarmasin, Indonesia

*) Korespondensi Email: budi@stiei-kayutangi-bjm.ac.id

Abstract

The purpose of the study was to empirically the effect of Leverage, Profitability, Liquidity and Firm Size on Firm Value (Empirical Study on Food and Beverage Companies Listed on the Stock Exchange 2016-2020). This research is a quantitative research. The population in this study are food and beverage companies listed on the IDX for the 2016-2020 period. The sampling method is purposive sampling, and based on the criteria the number of samples is 10 companies from 30 companies. Data analysis using multiple regression analysis. The results show that: Profitability and Liquidity have a positive and significant effect on firm value. Leverage and Firm Size have no effect on firm value.

Keywords: firm value, leverage ratio, profitability ratio, liquidity ratio and firm size ratio

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Metode pengambilan sampel dengan purposive sampling, dan berdasarkan kriteria jumlah sampel adalah 10 perusahaan dari 30 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keywords : nilai perusahaan, rasio leverage, rasio profitabilitas, rasio likuiditas dan rasio ukuran perusahaan.

1. Pendahuluan

Para investor dan kreditor tidak akan berkenan untuk berinvestasi jika perusahaan tidak dapat memberikan kompensasi yang sesuai di masa yang akan datang. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada di atas atau dibawah nilai yang sebenarnya. Sedangkan nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah go public, dapat ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang tercermin dari listing price.

Nilai perusahaan juga mencerminkan kekayaan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin baik nilai perusahaan maka semakin menarik pula minat pihak luar untuk bergabung dengan perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh calon investor. Beberapa faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan yaitu Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan. Leverage menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu (Hanafi, 2008), Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek dengan dana lancar yang tersedia (Wiagustini, 2010). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan

Beberapa penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Wilson (2020) menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai. Penelitian Surya dan Baskara (2019) menunjukan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Elizabeth dan Jonnardi (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sukarya dan Baskara (2019) likuiditas dinyatakan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Khumairoh (2016) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Mita Tegar Pribadi (2018) bahwa Ukuran perusahaan, Likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Beberapa hasil penelitian terkait dengan Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan hasil yang berbeda maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian kembali terkait pengaruh Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Teori stakeholder menyatakan bahwa entitas bukanlah perusahaan yang diputuskan untuk dijalankan hanya untuk dirinya sendiri, melainkan untuk semua pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, analis, kreditor, pemerintah, konsumen, komunitas, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya. Teori ini menyebutkan bahwa perusahaan harus menguntungkan bagi pemangku kepentingannya. Stakeholder dikelompokkan menjadi dua yaitu stakeholder internal dan stakeholder eksternal. Stakeholder internal meliputi organisasi/industri itu sendiri, pemegang saham, pemilik bisnis, dan para karyawan. Sedangkan stakeholder eksternal meliputi konsumen, supplier, pesaing, investor, pemerintah, sebuah komunitas lokal di suatu daerah, media, masyarakat secara umum (Riesta Devi Kumalasari, 2018). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholdernya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghazali, 2007). Munculnya teori stakeholder sebagai paradigma dominan semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para pemangku kepentingan atau stakeholder (Maulida dan Adam, 2012).

Teori signaling mengemukakan tentang pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi, yang mana informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi menyajikan keterangan catatan dan gambaran masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi perusahaan dan pasar modal. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika

pengumuman tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisa informasi tersebut sebagai sinyal baik ataupun sinyal buruk. Jika pengumuman yang diumumkan sebagai sinyal baik bagi investor maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan saham (Jogiyanto, 2013).

Teori signaling menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor).

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu pandangan investor terhadap tentang seberapa berhasilnya sebuah perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Setiap entitas memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut investor semakin tinggi harga saham pada perusahaan dan semakin tinggi kinerja perusahaan maka semakin tinggi pula nilai pada perusahaannya (Sondakh & Morasa, 2019). Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Beberapa pengukuran nilai perusahaan menggunakan Price Earning Ratio (PER), Price to Book Value (PBV) dan Tobin's Q

Nilai perusahaan adalah nilai seluruh aktiva, baik aktiva berwujud yang operasional maupun bukan operasional. Jika dihubungkan dengan struktur permodalan perusahaan, nilai perusahaan berarti juga nilai dari keseluruhan susunan modal perusahaan yaitu nilai pasar wajar. Nilai perusahaan merupakan nilai perusahaan yang go public (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual (Wijaya, 2017). Nilai perusahaan adalah suatu pandangan investor terhadap tentang seberapa berhasilnya sebuah perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Setiap entitas memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut investor semakin tinggi harga saham pada perusahaan dan semakin tinggi kinerja perusahaan maka semakin tinggi pula nilai pada perusahaannya (Sondakh & Morasa, 2019). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan. Beberapa pengukuran nilai perusahaan menggunakan Price Earning Ratio (PER), Price to Book Value (PBV) dan Tobin's Q

Leverage

Menurut Kasmir (2016) menjelaskan bahwa leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan menurut Syamsudin (2011) menjelaskan bahwa leverage adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed cost assets or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan. Rasio Leverage ada beberapa jenis : Debt Ratio (rasio utang), Times Interest Earned Ratio,

Long-term To equity Ratio, Debt to Equity Ratio, Current liability to Inventory. Kebijakan leverage timbul jika perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya menggunakan dana pinjaman atau dana yang mempunyai beban tetap seperti beban bunga. Semakin tinggi leverage akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin tinggi pula tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Sesuai dengan teori signaling jika informasi tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisa informasi tersebut sebagai sinyal baik ataupun sinyal buruk. Jika pengumuman yang diumumkan sebagai sinyal baik bagi investor maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan saham.

Profitabilitas

Menurut Munawir (2014) menjelaskan bahwa Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Rasio Profitabilitas yang sering digunakan yaitu profit margin, return on asset (ROA). Dan return on equity (ROE). Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mencari keuntungan. Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, perusahaan dengan manajemen yang baik dan menghasilkan laba yang meningkat dari waktu ke waktu akan menjadikan saham tersebut menjadi incaran para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Sesuai dengan teori stakeholder bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para stakeholder atau pemegang kepentingan

Likuiditas

Menurut Hery (2015) menyatakan bahwa rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang-utang jangka pendeknya. Semakin tinggi likuiditas dari sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula nilai dari sebuah perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah likuiditas perusahaan maka semakin rendah pula nilai perusahaan. Kemampuan kas yang tinggi akan berdampak terhadap kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dan berdampak positif terhadap nilai sebuah perusahaan. Sedangkan Kasmir (2016) berpendapat bahwa rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo. Berdasarkan teori signaling informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi dimana likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya pada aset lancar yang dimiliki sehingga hal meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas dapat meningkatkan harga saham karena menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya terutama modal kerja yang sangat penting untuk menjaga kinerja dan meningkatkan nilai perusahaan, dan semakin rendah likuiditas maka harga saham dan nilai perusahaan akan rendah. Kemampuan kas yang tinggi akan berdampak terhadap kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Beberapa Jenis Rasio Likuiditas yaitu: Cash Ratio, Current Ratio, Quick Ratio

Ukuran Perusahaan

Menurut Ayu, dkk (2018), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Menurut Hartono (2010) ukuran perusahaan (firm size) adalah “besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang tinggi dan nilai perusahaan juga akan meningkat, dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan investor juga akan meningkat.

2. Hipotesis

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai Wilson, (2020). Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Elizabeth dan Jonnardi, 2020). Likuiditas dinyatakan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Sukarya dan Baskara, 2019). Ukuran perusahaan berpengaruh

terhadap nilai perusahaan (Khumairoh, 2016). Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis H1 dan H2 , H3 dan H4 digunakan model persamaan regresi berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + n$$

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Kriteria yang digunakan pada pemilihan sampel adalah (a) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2016-2020 (b) Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut dari tahun 2016-2020. (c) Perusahaan makanan dan minuman tersebut selama tahun 2016-2020 berturut-turut mengalami laba. Berdasarkan kriteria tersebut didapatkan 10 perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia <http://www.idx.co.id>

Definisi Operasional Variabel

Leverage (Variabel Independen)(X1)

Irham Fahmi (2015:106) yang menyatakan leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

$$\text{Debt Ratio} = (\text{Total Utang})/(\text{Total Aktiva})$$

Profitabilitas (Variabel Independen)(X2)

Agus Sartono (2010) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri selama periode tertentu. Rasio profitabilitas yang digunakan Return on Equity (ROE). ROE dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = (\text{Laba Bersih})/(\text{Total Ekuitas})$$

Likuiditas (Variabel Independen)(X3)

Menurut Hantono (2018) Rasio Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi seluruh kewajiban atau utang-utang jangka pendeknya. Jika tingkat likuiditas suatu perusahaan tinggi, maka kinerja perusahaan tersebut akan dinilai semakin baik. Sebaliknya, jika tingkat likuiditasnya rendah, maka kinerja perusahaan tersebut akan dinilai buruk. Rasio likuditas dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current ratio} = (\text{Aktiva Lancar})/(\text{Utang Lancar})$$

Ukuran Perusahaan (Variabel Independen) (X4)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi. Ukuran perusahaan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Total Aktiva}$$

Nilai Perusahaan (Variabel Dependen) (Y)

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor tentang seberapa baik kondisi suatu perusahaan dan kondisi ini dapat tercermin melalui harga pasar saham perusahaan.

Nilai Tobin's Q dihitung dengan persamaan:

$$\text{Tobin's } Q = \text{MVE} + \text{DEBT} / \text{TA}$$

Keterangan:

MVE = Harga penutupan saham x jumlah saham yang beredar

DEBT= Total utang perusahaan

TA = Total aktiva

4. Analisis dan Pembahasan

Tabel 1. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402,179	4	100,545	70,537	,000 ^b
	Residual	64,144	45	1,425		
	Total	466,322	49			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Firm Size, Dept Ratio, ROE, Current Ratio

Sumber: data diolah 2021.

Hasil uji F (Anova) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ yang berarti variabel independen (Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat keyakinan 95 %, variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Uji t

Variabel	T	Sig.	Keterangan
Dept Ratio	0,613	0,543	Tidak Signifikan
ROE	15,545	0,000	Signifikan
Current Ratio	0,693	0,492	Tidak Signifikan
Firm Size	1,735	0,040	Signifikan

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: data diolah 2021

Hasil pengolahan regresi model penelitian dengan uji parsial atau uji *t-test* diperoleh nilai variabel independen Variabel *Leverage* yang diproksikan dengan Dept Ratio memiliki nilai signifikan sebesar $0,543 > 0,05$, yang berarti bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka H1 ditolak. Variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$, yang berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka H3 diterima. Variabel likuiditas yang diproksikan dengan Current Ratio memiliki nilai signifikan sebesar $0,492 > 0,05$, yang berarti bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka H3 ditolak. Variabel Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan total aset memiliki nilai signifikan sebesar $0,040 > 0,05$, yang berarti bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka H4 diterima.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan maupun penurunan terhadap *Leverage* tidak akan memengaruhi tingkat Nilai Perusahaan. *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri, hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leverage*nya semakin tinggi pula resiko investasinya (Weston dan Copeland, 1992). Semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Mahduh dan Hanafi, 2005). Sesuai dengan teori signaling jika informasi tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisa informasi tersebut sebagai sinyal baik ataupun sinyal buruk. Jika pengumuman yang diumumkan sebagai sinyal baik maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan saham. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk kategori extreme *leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut, namun pada penelitian ini berkemungkinan bahwa pihak investor berpikir bahwa hutang bukan menjadi salah satu indikator dalam menanamkan modal pada perusahaan. karena investor memiliki motivasi bahwa investor berinvestasi adalah untuk mendapatkan return, jadi dalam hal ini kemungkinan investor hanya melihat tingkat return yang diperoleh tanpa melihat seberapa besar kecilnya hutang (Anike, 2017). Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian regresi *t* menunjuk Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Koefisien

regresi menunjukkan arah yang positif, hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan terhadap nilai Profitabilitas maka akan terjadi peningkatan pula pada Nilai Perusahaan begitu pun sebaliknya. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertetund. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu profit margin, return on asset (ROA). Dan return on equity (ROE) (Hanafi, 2012). Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pada kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mencari keuntungan. Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, perusahaan dengan manajemen yang baik dan menghasilkan laba yang meningkat dari waktu ke waktu akan menjadikan saham tersebut menjadi incaran para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (Chasanah, 2018). Sesuai dengan teori stakeholder bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para stakeholder atau pemegang kepentingan. Hal inilah yang membuat profitabilitas memengaruhi naik dan turunnya tingkat Nilai Perusahaan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa Likuiditas yang diprosikan dengan Current Ratio, berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel Likuiditas diperoleh hasil yang menyatakan bahwa likuiditas tidak mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan maupun penurunan terhadap tingkat likuiditas tidak akan memengaruhi tingkat Nilai Perusahaan. Dikarenakan harga saham di tahun 2020 mengalami fluktuasi akibat adanya pandemi covid-19, sehingga likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara teori stakeholder semakin tinggi likuiditas dari sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula nilai dari sebuah perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah likuiditas perusahaan maka semakin rendah pula nilai perusahaan. Kemampuan kas yang tinggi akan berdampak terhadap kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dan berdampak positif terhadap nilai sebuah perusahaan. Namun likuiditas yang terlalu tinggi (Overlikuid) juga tidak baik untuk perusahaan dikarenakan Likuiditas yang terlalu tinggi mengakibatkan dana kas menganggur, dan tidak dipakai untuk investasi dalam menghasilkan profit lebih, hal ini akan dipersepsikan negatif oleh investor karena investor menginginkan return atau profit yang semakin tinggi (Imelda, 2015). Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pribadi (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan nilai koefisien regresi menunjukkan arah yang positif, hal ini menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel Ukuran Perusahaan akan mengakibatkan peningkatan pula pada variabel Nilai Perusahaan dan begitu pula sebaliknya. Secara teori signaling semakin besar ukuran perusahaan maka akan memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang tinggi dan nilai perusahaan juga akan meningkat, dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan investor juga akan

meningkat. Selain itu perusahaan besar juga berpotensi terhadap resiko kebangkrutan apabila perusahaan tersebut tidak dikelola dengan baik. Ukuran perusahaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengatur besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh aktiva perusahaan. Dengan demikian semakin besar suatu perusahaan semakin kecil pula perusahaan memiliki suatu resiko. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki control yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan besar bisa menghadapi persaingan ekonomi (Sujianto, 2012). Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki “nilai” yang lebih besar. hal inilah yang membuat Ukuran Perusahaan memengaruhi tingkat Nilai Perusahaan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khumairoh (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

Likuiditas Hasil penelitian menunjukkan Laverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menandakan bahwa jika terjadi peningkatan maupun penurunan pada Leverage tidak akan memengaruhi tingkat Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada Profitabilitas maka akan terjadi peningkatan pula pada Nilai Perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika terjadi peningkatan maupun penurunan pada Likuiditas tidak akan memengaruhi tingkat Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula Nilai perusahaan.

6. Saran

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan periode yang lebih panjang dengan objek penelitian yang berbeda. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan periode yang lebih panjang. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan lebih banyak variabel independen berkemungkinan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan seperti variabel Struktur Modal, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan kepemilikan instutional. serta menambahkan variabel-variabel lain yang berkemungkinan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Daftar Pustaka

- A Chairiri dan Imam Ghozali. 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Agus, Sartono. 2011. Manajemen Keuangan teori dan Aplikasi, Yogyakarta: BPEE
- Amalia Nur Chasanah. 2018. Pengaruh rasio likuditas dab profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017. 3 (1) 2018 Hal.39-47.
- Anike Goevani Putri. 2017. Pengarug kesulitan keuangan, rasio litigasi, dan leverage terhadap konservatisme akuntansi pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2012-2014). Faculty of Economis Riau University, Pekanbaru. Vol.4 No.1 (februari) 2017.
- Elizabeth Yustina Andy & Jonnardi 2020. Pengaruh Profitabilitas, Likudiitas dan Solvabilitas terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). Universitas Tarumanegara Jakarta.
- Hanafi, Mahduh. 2014. Manajemen Keuangan. Yogyakarta; BPFE.
- Hery. 2017. Kajian Riset Akuntansi. Jakarta: Grafindo.
- I Putu Sukarya dan I Gde Kajeng Baskara. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuditas terhadap

Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages. Vol.8 No.1

- Imelda R.Purba. 2015. Pengaruh rasio likuiditas dan rasio solvabilitas terhadap earning share pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. JRAK – Vol 1 No.01, maret 2015.
- Irham, Fahmi. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Jogiyanto Hartono. 2013. Teori dan Analisis Investasi. Edisi kedelapan. Yogyakarta: BPPE.
- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khumairoh. 2016. Pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015). STIE Ahmad Dahlan Jakarta.
- Maulida dan Adam. 2012. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi pengungkapan Sustainability Performance. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.
- Mita Tegar Pribadi 2018, Pengaruh Struktur Aset, Ukuran perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan Dagang Besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. STIE Widya Gama Lumajang.
- Munawir. 2014. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan kel.17. Yogyakarta: Liberty.
- Riesta. Devi Kumalasari.2018. Staeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Binus University Malang.
- Sondakh, R., & Morasa, J. (2019). Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan Di Pasar Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat,.
- Syamsudin, Lukman. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Weston, J. Feed dan Thomas E. Copeland. 2010. Manajemen Keuangan. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wiagustini, Ni luh Putu, 2010. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Denpasar. Udayana University Press.
- Widiastari, Putu Ayu dan Gerianta Wirawan Yasa, 2018. Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. ISSN: 2302-8556: 23(2): 957-981.
- Wijaya, P.R.L., Bandi., dan A. Wibawa. 2010, Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Hal 1-21.
- Wilson. 2020. Pengaruh Profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Masgister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.