

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Muhammad Ardian Fasya¹, Muhammad Ilham Bakhtiar², & Siti Amaroh³

^{1,2,3} Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus, Indonesia

¹ ardianfasya56@gmail.com, ² ilhamBakhtiar@gmail.com,

³ sitiamaroh@iainkudus.ac.id,

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Nilai Perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dipengaruhi oleh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* selama periode 2020-2022. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2020-2022. Penelitian ini menggunakan sampel dengan metode *Purposive sampling* sehingga dari 15 perusahaan, didapatkan 13 perusahaan Manufaktur yang dapat memenuhi model yang digunakan sebagai uji eksplorasi. Program SPSS 26 digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda untuk penelitian ini. Hasil temuan menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan tidak terlalu dipengaruhi oleh Profitabilitas dan *Leverage*. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Struktur Modal saham perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2022.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Perusahaan.

Abstract

The purpose of this research is to find out the Value of Companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) which are affected by Profitability, Sales Distribution, Leverage during the 2020-2022 period. The population in this study are manufacturing companies listed on the IDX in the period 2020-2022. This study used a sample using purposive sampling method so that out of 15 companies, 13 manufacturing companies were found to be able to fulfill the model used as an exploratory test. The SPSS 26 program was used to perform multiple linear regression analysis for this study. The findings show that Firm Value is not significantly affected by Profitability and Leverage. Meanwhile, company size has a significant effect on the share capital structure of manufacturing companies listed on the IDX for the 2020-2022 period.

Keywords: Profitability, Company Size, Leverage, Firm Value.

A. Pendahuluan

Ekonomi di Indonesia saat ini berkembang cukup pesat. Beberapa Perusahaan dituntut dapat bersaing dalam perekeonomian global yang semakin cepat perkembangannya. Ada berbagai macam cara yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan tersebut di antaranya untuk dapat tetap bertahan adalah dengan mendapatkan modal, menyiapkan strategi baru, menghasilkan ide pembaharuan untuk masa depan perusahaan dan menciptakan citra atau nilai perusahaan yang baik pada benak pelanggan. (Meirini dan Khoiriawati, 2021)

Pada dasarnya setiap perusahaan selalu berupaya untuk mendapatkan visi dari perusahaan tersebut, baik itu visi jangka pendek misalkan meningkatkan penghasilan perusahaan maupun visi jangka panjang yaitu menumbuhkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemilik saham. Memikat pandangan investor terhadap perusahaan adalah tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Nilai perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi pemegang saham. Karna nilai perusahaan mempengaruhi return yang diterima oleh kedua pihak. (Purba dan Sidauruk, 2020).

Nilai perusahaan dapat dikatakan sebagai harga yang telah disetujui investor saat suatu perusahaan dijual yang disepakati oleh investor jika suatu perusahaan dijual, dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga saham dapat digunakan untuk menentukan nilai suatu perusahaan. (Feriyanto, 2020) Menurut Hery (2017) nilai suatu perusahaan dapat dicari dengan membandingkan rasio yang terdapat pada harga pasar dengan nilai buku/lembar saham (PBV), Tingkat pengembalian meningkat ketika nilai perusahaan meningkat. Semakin rendah nilai perusahaan, yang menunjukkan penurunan kualitas dan kinerja perusahaan, semakin rendah harga saham perusahaan, yang juga akan dianggap naik. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*.

Profitabilitas (kemampuan dalam menghasilkan laba) sangatlah penting bagi perusahaan, baik investor maupun kreditur adalah pihak yang dituju dalam pelaporan keuangan dan mereka sangat membutuhkan tentang informasi masa Lalu. Penelitian terdahulu terdahulu Kusniawati (2021) menjelaskan bahwa jika perusahaan ingin tetap bertahan, maka tentunya perusahaan harus menghasilkan laba untuk membiayai kegiatan operasionalnya karena pada umumnya perusahaan tidak akan bertahan tanpa adanya kemampuan menghasilkan laba. Oleh sebab itu semua

investor sangat tertarik dengan informasi mengenai laba suatu perusahaan atau profitabilitas. Rasio iprofitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengejar laba atau keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa bisnis dapat mendanai dirinya sendiri tanpa perlu meminjam dana dengan menggunakan keuntungannya. (Kaliman & Wibowo, 2017).

Selain laba, ukuran perusahaan juga perlu untuk diperhatikan. Ukuran perusahaan adalah skala untuk mengukur suatu organisasi yang dapat dibagi dalam beberapa kategori. Di antaranya, total aset, ukuran loig, nilai pasar saham, dan lain-lain. Secara umum, Eidy Suwitoi dan Arleiein Heirawaty (2005) menyatakan bahwa ukuran perusahaan hanya ada tiga macam, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang dinilai total asetnya yang banyak mempermudah perusahaan dalam mencari calon investor dari pasar modal yang akan menginvestasikan dananya, karena pemegang saham percaya pada perusahaan. Menurut Penliti Sebelumnya (Zahra Ramdhonah,2019) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dianggap akan lebih mudah dalam mendapatkan sumber dana internal atau eksternal sehingga memungkinkan membuat perusahaan lebih besar.

Pada umumnya perusahaan memanfaatkan *Leverage* guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai dari penggunaan modal yang asalnya dari peminjaman, sehingga mempunyai bunga sebagai beban tetap perusahaan. Penurunan dan peningkatan penggunaan leverage pada perusahaan berpengaruh pada keuntungan dan tingkat bebannya. Semakin kecil leverage semakin kecil juga keuntungan dan beban perusahaan dan sebaliknya, semakin tinggi leveragenya semakin besar keuntungan dan beban yang harus ditanggung perusahaan. Menurut (Suwardika & Mustanda, 2017) Semakin besar nilai *leverage* maka semakin besar juga nilai perusahaan. Namun Fenomena ini bertentangan dengan Penelitian (Purba dan Sidauruk, 2020) yang menghasilkan bahwa nilai *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu penelitian ini penting untuk dilakukan dalam rangka menganalisis lebih dalam pengaruh dari profitiabilitas, ukuran perusahaan, dan *levarage* terhadap nilai perusahaan dengan objek perusahaan Manufaktur Sub Sektor Semen dan Keramik Periode 2020-2022.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sub sektor semen dan keramik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022 dengan jumlah perusahaan sebanyak 15. Namun hanya terdapat 13 perusahaan yang lolos uji sampel sedangkan 2 lainnya tidak lolos karna tidak sesuai dengan IPO Perusahaan. Peneliti menggunakan purposive sampling dengan penentuan syarat yang harus dipenuhi oleh sampel.

Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan dengan proxy *Price to Book Value* (PBV). Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas yang memberikan gambaran mengenai perubahan finansial perusahaan dari tahun ke tahun (Gunawan, dkk, 2015). Dalam penelitian ini variabel profitabilitas diprosikan dengan *Return on Asset* (ROA). Menurut Kasmir (2012), *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA diukur dengan membandingkan antara EAT (*Earning After Tax* dengan *Total Equity*). Total penjualan tahun sebelumnya dan tahun berjalan digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan. Menurut Riyanto (2001, 298) Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukan pada total aset, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan rata-rata total aset. Variabel independen ketiga yaitu Leverage. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjangnya ketika dilikuidasi. *Leverage* merupakan perbandingan kewajiban suatu perusahaan dan dapat diukur dengan menggunakan *Debt Equity to Ratio*, yang diperoleh dari perbandingan total kewajiban dan total aset.

Terdapat tiga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini yaitu:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H3: *Laverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

C. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji statistik dengan menggunakan SPSS dalam penelitian ini menghasilkan data sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90548010
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.096
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,075 dan ini berarti diatas nilai probabilitas sebesar 0,05 ($0,075 > 0,05$). Hal ini berarti residual data terdistribusi normal karena nilai Asymp.Sig lebih dari 0,05. Dengan demikian diinterpretasikan bahwa data terdistribusi secara normal atau asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolonieritas

Uji statistik menggunakan SPSS dalam penelitian ini menghasilkan data sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficient B	Std. Error	Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
			Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	195.392	160.331		1.219	.231		
Profitabilitas	1.545	.389	.603	3.977	.000	.781	1.281
Ukuran Perusahaan	.046	.061	.106	.762	.451	.925	1.081
Leverage	-3.408	1.119	-.473	-3.044	.004	.742	1.347

Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas antara variabel independent, seluruhnya memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0.100 yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan nilai VIF kurang dari 10,00 dengan demikian hasil pengujian regresi ini tidak

terdapat gejala multikolonieritas antaravariabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.337	1.802		2.407	.673
Profitabilitas	.002	.004	.070	.439	.663
Ukuran Perusahaan	.002	.001	.459	3.132	.593
Leverage	-.018	.013	-.234	-1.430	.162

Dependent Variable: LN_RES

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh nilai Sig. > 0,05. Nilai taraf signifikansi diatas 0,05. Nilai signifikan variabel Profitabilitas (X1) sebesar 0,663 > 0,05, nilai signifikan variable Ukuran Perusahaan (X2) sebesar 0,593 > 0,05, dan nilai signifikan variabel Leverage (X3) sebesar 0,162 > 0,05 yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 ^a	.463	.415	147.79146	1.732

a. Predictors: (Constant), LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2

b. Dependent Variable: LAG_Y

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan angka Durbin Watson sebesar 1,732, nilai dl =1,3283, nilai du = 1,6575, nilai 4-du=2,3425, dan Nilai 4-DL =2,6717. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji metode Durbin Watson 1,6575<1,732<2,3425 tidak terjadi autokorelasi.

2. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Nilai R2 yangkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabeldependen amat terbatas. Berikut tabel hasil uji R2:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 ^a	.463	.415	147.79146	1.732

a. Predictors: (Constant), LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2

b. Dependent Variable: LAG_Y

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan Adjusted R-Square diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,415. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Profitabilitas, Laverage Ukuran Perusahaan mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan sebesar 41,5%. Sedangkan sisanya sebesar 58,5 % dijelaskan oleh faktor lain selain faktor yang diajukan dalam penelitian.

3. Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.825	3	17.608	5.144	.005 ^b
	Residual	119.808	35	3.423		
	Total	172.633	38			

a. Dependent Variable: LN_RES

b. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

Berdasarkan pengujian regresi pada tabel tersebut menunjukkan hasil uji F sig. sebesar 0,005, karena nilai sig. lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara simultan seluruh variable independen, yakni Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

4. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients		
			Beta	T	Sig.
1 (Constant)	4.337	1.802		2.407	.022
Profitabilitas	.002	.004	.070	.439	.663
Ukuran Perusahaan	.002	.001	.459	3.132	.003
Leverage	-.018	.013	-.234	-1.430	.162

a. Dependent Variable: LN_RES

Variabel Profitabilitas (X1) nilai t diperoleh 0,439 dan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,663 lebih besar dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Variabel Ukuran Perusahaan (X2) nilai t diperoleh 3,132 dan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,003 lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Variabel Leverage (X3) nilai t diperoleh -1,430 dan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,162 lebih besar dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

5. Analisis Pembahasan

1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Pertumbuhan profitabilitas perusahaan Manufaktur Sub Sektor Semen Keramik yang terdaftar di BEI periode 2020–2022 secara konsisten meningkat, meskipun tidak terlalu tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan sangat stabil, dan ini juga dapat menunjukkan bahwa aset perusahaan terus berkembang sebagai akibat dari mengutamakan pengelolaan aset, modal, dan penjualan perusahaan. Untuk rentang waktu 2020–2022, tingkat profitabilitas bisnis Semen dan Keramik yang tercatat di BEI terlihat cukup konstan. Menurut temuan penelitian tertentu,

tidak ada hubungan yang terlihat antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan dalam hal ukuran profitabilitas.

Penelitian ini juga menemukan hubungan yang berlawanan arah, yang menunjukkan bahwa ketika rasio profitabilitas meningkat maka Nilai perusahaan juga meningkat. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan mempengaruhi sumber pendanaan perusahaan. Hal ini dikarenakan penjualan yang cenderung tidak ditunjang dengan peningkatan efisien modal perusahaan, sehingga mengakibatkan adanya biaya operasional yang terlalu tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung teori pecking order theory (POT), dimana perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang meningkat setiap tahunnya dikarenakan perputaran pendapatan yang tinggi. Dalam hal ini dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menggunakan dana internal untuk kegiatan operasional perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Irena & Suryawati (2018). Namun tidak sejalandengan hasil penelitian dengan penelitian Puspitasari & Ekaningtias (2019), Alnajjar (2015) Ariyani (2018).

2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Nilai t sebesar 3.132 dengan tingkat signifikansi 0,003 diperoleh dari analisis statistik variabel ukuran perusahaan (SIZE). Karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh merugikan tetapi tidak signifikan secara statistik terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis ini menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI periode 2020–2022 belum didukung oleh penelitian ini. Hasil ini bertentangan dengan landasan teori yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki akses yang lebih besar ke sumber pendanaan. Kemungkinan yang dapat dihasilkan dari temuan penelitian ini sesuai dengan Pecking Order Theory adalah bahwa perusahaan lebih cenderung menyukai pendanaan yang berasal dari internal

dibandingkan dari hutang, sehingga ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan sumber dana eksternal.

3) Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Dengan tingginya leverage perusahaan dapat dimanfaatkan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi dengan menggunakan modal yang berasal dari hutang atau asset yang dibiayai oleh hutang dengan itu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat. Selain itu tingginya leverage cenderung tidak mempengaruhi harga saham di pasar modal, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu Maretha et.al (2014). Dengan perolehan profit yang tinggi yang maka akan meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan tersebut.

D. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga memiliki hubungan menunjukan ke arah negatif maka artinya semakin tinggi rasio profitabilitas yang dihasilkan maka Nilai Perusahaan yang di hasilkan oleh perusahaan akan menurun. Sedangkan leverage dan profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu leverage dan profitabilitas merupakan prediktor yang baik untuk mengukur nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan Manufaktur di BEI Sub Sektor Semen dan Keramik Periode 2020-2022.

Daftar Pustaka

- Gunawan, K., Darmawan, N. A. S., & Purnamawati, G. A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 03.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Lubis, I. L., & dan, d. (2017). Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Universitas Pakuan*.

- Lubis, I. L., & dan, d. (2017). Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Universitas Pakuan.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4044-4070. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p25>
- Riyanto, Bambang. 2011. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Empat, BPFE, Yogyakarta.
- Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(10).
- Suwardika, I., & Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *None*, 6(3).
- Syakroni, A., Zamroni, Muali, C., Baharun, H., Sunarto, M. Z., Musthofa, B., & Wijaya, M. (2019). Motivation and Learning Outcomes Through the Internet of Things; Learning in Pesantren. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1363/1/012084>
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3).

