
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh

Eko Edy Susanto¹, Zuli Suryani²

¹Universitas Mulia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan

E-mail: ¹ekoedye@gmail.com, ²suryanizuli@gmail.com

Article History:

Received: 13-04-2024

Revised: 02-05-2024

Accepted: 16-05-2024

Keywords:

Nilai Perusahaan, Ukuran
Perusahaan, Leverage,
Profitabilitas.

Abstract: Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap nilai keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan berfungsi sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan memberikan kemakmuran kepada investor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (SIZE), leverage (DER), dan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian ini Teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Purposive sebanyak 35 sampel perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2016-2020. Metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis linier berganda. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE), leverage (DER), dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE), leverage (DER), dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

PENDAHULUAN

Dalam era industrialisasi saat ini dan adanya pandemi covid 19 yang melanda di Indonesia turut menimbulkan dampak negatif terhadap perusahaan-perusahaan, seperti perusahaan sektor di bursa efek. Perusahaan dituntut untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan maupun situasi dan kondisi yang sedang terjadi. Adanya permasalahan yang timbul karena adanya pandemi covid 19 maka perusahaan perlu melakukan strategi untuk mengoptimalkan kinerja keuangan dengan demikian mampu meningkatkan nilai Perusahaan

Mempertahankan kelangsungan suatu perusahaan merupakan hal penting yang perlu dipertahankan oleh perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan para pemegang saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat (Novari & Lestari, 2016).

Bursa Efek Indonesia memiliki beberapa sektor manufaktur salah satunya adalah sektor Plastik dan Kemasan. Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Subsektor Plastik dan Kemasan yang merupakan perusahaan manufaktur berupa industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Industri plastik dan kemasan di Indonesia berpotensi untuk berkembang dan di dukung oleh adanya peningkatan konsumsi dan penggunaan berbagai

jenis produk plastik, antara lain kemasan. Subsektor Plastik dan Kemasan merupakan sektor industri yang penting dan terkait dengan industri-industri lainnya.

Tabel 1. PBV Sub Sektor Plastik dan Kemasan Tahun 2016 – 2020

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan	2016	2017	2018	2019	2020	Rata-Rata PBV
1	AKKU	PT. Anugerah Kagum Karya Utama Tbk.	0,41	0,42	0,43	0,55	0,55	0,47
2	APLI	PT. Asiaplast Industries Tbk	1,22	1,20	1,33	1,28	1,32	1,27
3	BRNA	PT. Berlina Tbk	1,23	1,48	1,14	1,35	1,65	1,37
4	IGAR	PT. Champion Pacific Indonesia Tbk	1,83	1,39	1,26	1,14	1,03	1,33
5	IMPC	PT. Impack Pratama Industri Tbk	12,10	11,28	10,61	10,05	9,49	10,71
6	TALF	PT. Tunas Alfin Tbk	0,54	0,53	0,50	0,41	0,41	0,48
7	YPAS	PT. Yanaprima Hastapersada Tbk	2,99	3,34	3,59	3,50	3,23	3,33

Sumber: www.idx.com (data diolah)

Dapat dilihat dari tabel diatas memperlihatkan Nilai Price To Book Value (PBV) pada 7 perusahaan Manufaktur Sub Sektor Plastik dan Kemasan pada tahun 2016-2020 seperti PT. Anugerah Kagum Karya Utama Tbk (AKKU), PT. Asiaplast Industries Tbk (APLI), PT. Berlina Tbk (BRNA), PT. Champion Pacific Indonesia Tbk (IGAR), PT. Impack Pratama Industri Tbk (IMPC), PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL), PT. Tunas Alfin Tbk (TALF), PT, Yanaprima Hastapersada Tbk (YPAS) yang mengalami rata-rata PBV yang fluktuatif dan cenderung menurun. Dilihat dari data diatas nilai PBV perusahaan Plastik dan Kemasan terdampak pandemi Covid 19 yang memperlihatkan rata-rata penurunan terjadi pada tahun 2019-2020. Seperti yang terjadi pada PT. IGAR, dan PT. IMPC yang mengalami penurunan secara fluktuatif dengan rata-rata masing-masing penurunan sebesar 1,33 dan 10,71. Oleh karena itu, menjadi tekanan sekaligus tantangan seluruh perusahaan di Indonesia agar semakin meningkatkan kinerjanya sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan dan akan mencapai tujuan perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Theresia, 2018). Nilai perusahaan merupakan konsep yang penting bagi investor, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi tercermin dari harga pasar saham yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi juga menunjukan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Maryam, Rahman, 2020). Nilai perusahaan umumnya ditunjukkan dari nilai Price to Book Value (PBV).

Berdasarkan pendapat tersebut maka kondisi nilai perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meyakinkan investor akan baiknya prospek perusahaan tersebut dimasa yang akan datang. Hal tersebut bermakna penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan signalling theory dimana di dalam meningkatkan nilai perusahaan diperlukan adanya penyampaian informasi mengenai kinerja perusahaan kepada investor. Signalling theory menyampaikan penjelasan bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan sinyal kepada pemakai laporan keuangan agar memperoleh informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan di masa mendatang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adapun beberapa faktor yang mungkin dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya : ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas. Beberapa faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang turut meningkatkan kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Total aset yang cukup

besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Total aset yang dimiliki ukuran perusahaan dapat di pergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Novari & Lestari, 2016) . Semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan akan dipercaya oleh calon investor dan dapat memudahkan untuk perolehan dana yang baik.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya leverage yang dihasilkan oleh perusahaan. Leverage merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Leverage yang semakin besar menunjukan investasi yang semakin besar pula dan leverage yang rendah memiliki resiko leverage yang rendah pula (Sambora, 2014).

Profitabilitas juga merupakan salah satu variabel yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar (Rahayu & Sari, 2018) . Profitabilitas berperan penting dalam bahan pertimbangan pihak manajemen untuk menggunakan aset yang dimiliki perusahaan secara efisien agar menghasilkan laba maksimal Perusahaan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prasetyorini, 2013) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu pula hasil dari penelitian (Ernawati & Widyawati, 2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Indriyani, 2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ramadhani, 2018) leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutama & Lisa, 2018) bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Berbeda dengan hasil penelitian dari (Ernawati & Widyawati, 2015), menunjukkan bahwa variabel leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indriyani, 2017) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh (Hargiansyah F, 2015) bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasari, 2017) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan.

Sebagai seorang investor dalam menilai apakah perusahaan layak atau tidak dalam berinvestasi maka harus memperhatikan beberapa faktor seperti ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas yang merupakan prospek dalam pengembangan bisnis dan dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal (*signaling theory*) pertama kali di kemukakan oleh spence pada tahun 1973 yang menjelaskan bahwa pihak pengirim atau pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi penerima atau investor.

(Suganda, 2018, hal. 15) menyatakan bahwa teori sinyal (*signaling theory*) merupakan teori yang digunakan untuk memahami suatu tindakan oleh pihak manajemen dalam menyampaikan informasi kepada investor yang pada akhirnya dapat mengubah keputusan investor investor dalam melihat kondisi perusahaan. Teori sinyal dapat membantu pihak manajemen (agen), pemilik (prinsipal), serta pihak eksternal perusahaan mengurangi asimetri informasi. Hal tersebut dilakukan

dengan cara menghasilkan kualitas serta integritas dari informasi yang tercantum dalam laporan keuangan yang disusun oleh manajemen perusahaan. Kualitas informasi inilah yang bermanfaat untuk mengurangi asimetri informasi yang muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa mendatang dibandingkan dengan pihak prinsipal dan pihak eksternal perusahaan lainnya (Noor et al., 2017)

Manajemen dapat memanfaatkan teori ini dalam mengambil keputusan yang berdampak bagi kemajuan perusahaan. Informasi dengan sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan akan menarik perhatian investor untuk menahan saham yang dimilikinya dalam jangka waktu yang lebih panjang. Begitupun sebaliknya, jika informasi dengan sinyal negatif yang diberikan oleh perusahaan maka investor akan menahan sahamnya dalam jangka waktu yang lebih singkat. Dari teori sinyal ini memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut, ketika ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan (Puspita, 2022) .

Nilai Perusahaan

(Hery, 2017, hal. 2) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. (Martono, 2014, hal. 34) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan tujuan utama suatu perusahaan yang selalu di upayakan mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan nilai perusahaan berfungsi sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan.

(Eko dkk, 2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan mengenai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat diproksikan melalui tiga cara yaitu : nilai buku, nilai likuidasi, ataupun nilai pasar (saham) (Hery, 2017, hal. 6) . Meningkatkan nilai perusahaan merupakan suatu prestasi bagi perusahaan sebagai upaya untuk dapat memberikan kemakmuran kepada para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya.

(Muhardi, 2018, hal. 66) menyatakan bahwa Price Book Value adalah salah satu cara mengukur nilai perusahaan dengan melakukan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku ekuitas sesuai nominal saldo yang tercantum pada laporan keuangan. Pengukuran ini dinilai sangat penting bagi investor untuk menetapkan strategi investasi di pasar modal.

Ukuran Perusahaan

(Riyanto, 2013, hal. 313) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah skala besar kecil nya perusahaan dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. (Muhardi, 2013, hal. 15) menyatakan bahwa nominal seluruh aset apabila semakin besar dimiliki oleh perusahaan maka aset yang bersumber dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan dapat dikelola dengan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan pada peningkatan nilai saham. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besarnya kecilnya suatu perusahaan dengan melihat total aset perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar skala ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017)

Leverage

(Kasmir, 2014, hal. 153) menyatakan bahwa leverage merupakan rasio solvabilitas atau rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. Tingkat leverage yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi menggunakan modal yang berasal dari hutang atau asset yang dibayar oleh hutang dengan itu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat.

(Hery, 2017, hal. 16) menyatakan bahwa leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam menandai investasi perusahaan. Leverage dapat diukur dengan menggunakan DER (Debt to Equity Ratio) yang merupakan rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total modal

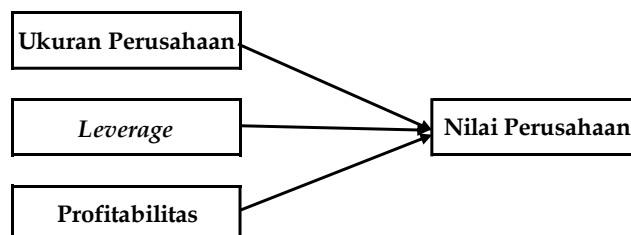
Profitabilitas

(Muhardi, 2013, hal. 63) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. (Hery, 2017, hal. 15) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan suatu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu. Menurut (Eko dkk, 2021) Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio yang menggunakan metode dalam menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan dan rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi maka pengembalian investasinya semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah tingkat profitabilitasnya maka pengembalian investasinya akan semakin rendah (Suardana, 2020). Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan ROA (Return On Assets) yang merupakan rasio dengan membandingkan laba bersih terhadap total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Nilai suatu ROA dapat dijadikan bahan pertimbangan para investor untuk mengambil keputusan terhadap investasi di perusahaan tersebut dengan melihat seberapa banyak laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki. Karena semakin tinggi hasil pengembalian aset berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang di investasikan, begitu pula sebaliknya.

H₁: Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H₂: *Leverage* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H₃: Profitabilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan



Gambar 1. Conceptual Framework

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung pada perusahaan yang bersangkutan tetapi melalui pihak lain atau melalui media perantara yang berupa

laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020 yang dapat diperoleh dari (www.idx.co.id).

Populasi

(Sugiyono, 2020, hal. 126) menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 yakni berjumlah 14 perusahaan.

Sampel

(Sugiyono, 2020, hal. 127) menyatakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan kriteria terdapat 7 perusahaan sektor plastik dan kemasan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini

Tabel 2. Teknik Pemilihan Sampel

Populasi :	
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di BEI tahun 2016-2020	14
Kriteria :	
1. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Plastik dan Kemasan Yang Tidak Konsisten Mempublikasikan Laporan Keuangannya Pada Tahun 2016-2020	(4)
2. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Plastik dan Kemasan Yang Tidak Menggunakan Satuan Mata Uang Rupiah Pada Laporan Keuangan Yang Dipublikasikan Tahun 2016-2020	(3)
Jumlah Sampel Penelitian	7
Periode Penelitian	5
Total Sampel Penelitian (7 x 5)	35

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan adalah model analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS versi 26.00. Pada penelitian ini, data yang akan dianalisis berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh dari Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	35	21.399	28.623	26.49951	2.183254
DER	35	.122	1.801	.73366	.485831
ROA	35	.006	.175	.05034	.043297
PBV	35	.409	12.098	2.70820	3.453502
Valid N (listwise)	35				

Sumber: diolah dari SPSS versi 26.0, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menginformasikan bahwa:

1. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diukur dengan PBV memiliki nilai minimum sebesar 0,409 dari PT Tunas Alfin Tbk (TALF) tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 12,098 dari PT Impack Pratama Industri Tbk (IMPC) tahun 2016. Nilai rata-rata pada variabel nilai perusahaan sebesar 2,70820. Perbandingan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per saham sebesar 2,70820. Hal ini, dapat diinterpretasikan bahwa dengan rata-rata harga pasar per lembar saham perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 di perdagangan 2,70820 kali dari nilai bukunya. Nilai standar deviasi 3,453502 lebih besar dari nilai *mean* 2.70820 berarti data PBV bersifat heterogen dan menunjukkan representasi yang tidak baik dari keseluruhan data.
2. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Menurut hasil analisis deskriptif yang diukur dengan *SIZE*, ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 21,399 dari PT Berlina Tbk (BRNA) di tahun 2017 dan nilai maksimum sebesar 28,623 dari PT Impack Pratama Industri Tbk (IMPC) di tahun 2020. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 26.49951. Nilai standar deviasi ukuran perusahaan sebesar 2.183254 lebih kecil dari nilai *mean* 26.49951 berarti data *SIZE* bersifat homogen.
3. *Leverage* merupakan utang yang dimiliki oleh suatu entitas agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Menurut hasil analisis deskriptif yang diukur dengan DER (*Debt to Equity Ratio*), *leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,122 dari PT Champion Pacific Indonesia Tbk (IGAR) di tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 1.801 dari PT Yanaprima Hastapersada Tbk (YPAS) di tahun 2018. Sedangkan nilai rata-rata variabel leverage sebesar 0,73366. Nilai standar deviasi leverage sebesar 0,485831 lebih kecil dari nilai *mean* 0,73366 berarti data DER bersifat homogen yang dapat digunakan dengan baik sebagai representasi dari keseluruhan data.
4. Profitabilitas merupakan kemampuan entitas menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengoperasikan kegiatannya. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) mempunyai nilai minimum sebesar 0,006 dari PT Berlina Tbk (BRNA) di tahun 2016 dan nilai maksimum sebesar 0,175 dari PT. Anugerah Kagum Karya Utama Tbk (AKKU) di tahun 2019. Sedangkan nilai rata-rata variabel profitabilitas sebesar 0,05034. Nilai standar deviasi profitabilitas sebesar 0,043297 lebih kecil dari nilai *mean* 0,05034 berarti data ROA bersifat homogen yang dapat digunakan dengan baik sebagai representasi dari keseluruhan data

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-5.602	2.409		.027
	SIZE	4.697	1.716	.402	.010
	DER	.932	.192	.737	.000
	ROA	.453	.160	.386	.008

a. Dependent Variable: PBV
Sumber : diolah dari SPSS 26.0, 2022

Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -5,602 + 4,697 \text{ SIZE} + 0,932 \text{ DER} + 0,453 \text{ ROA} + e$$

Keterangan

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

X_1 : Ukuran Perusahaan

X_2 : Leverage

X_3 : Profitabilitas

e : Error

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.599 ^a	.359	.294	1.97940	1.744

a. Predictors: (Constant), ROA_X3, DER_X2, SIZE_X1
b. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : diolah dari SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan hasil uji, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,294. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020 dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 29,4 persen. Sisa nya sebesar 70,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji Koefisien Korelasi (r)

Tabel 6. Koefisien Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.599 ^a	.359	.294	1.97940	1.744
a. Predictors: (Constant), ROA_X3, DER_X2, SIZE_X1					
b. Dependent Variable: PBV_Y					

Sumber : diolah dari SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas, diperoleh nilai korelasi antara variabel ukuran perusahaan (X_1), *leverage* (X_2), dan profitabilitas (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar 0,599. Nilai tersebut jika dikonsultasi kan dengan tabel koefisien korelasi, maka pengaruh antara variabel ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan berada pada kategori sedang.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (t)

Tabel 7. Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-5.602	2.409		.027
	SIZE	4.697	1.716	.402	.010
	DER	.932	.192	.737	.000
	ROA	.453	.160	.386	.008

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : diolah dari SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil analisis dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai thitung pada variabel ukuran perusahaan (SIZE) adalah sebesar 2,736. Kemudian untuk menentukan nilai ttabel dengan cara $df = a/2 ; (n-k-1)$ sehingga 0,025 ; (31). Nilai ttabel dapat dilihat pada kolom signifikansi 0,05 baris ke 31 dengan hasil perhitungan ttabel diperoleh sebesar 2,039. Sehingga nilai thitung 2,736 > nilai ttabel 2,039. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 yaitu dengan nilai sig. 0,010 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan demikian H1 diterima.
2. Nilai thitung pada variabel *leverage* (DER) adalah sebesar 4,864. Kemudian untuk menentukan nilai ttabel dengan cara $df = a/2 ; (n-k-1)$ sehingga 0,05 ; (31). Nilai ttabel dapat dilihat pada kolom signifikansi 0,025 baris ke 31 dengan hasil perhitungan ttabel diperoleh sebesar 2,039. Sehingga nilai thitung 4,864 > nilai ttabel 2,039. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya variabel *leverage* (DER) memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 yaitu dengan nilai sig. 0,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* (DER) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan demikian H2 diterima.
3. Nilai thitung pada variabel profitabilitas (ROA) adalah sebesar 2.831. Kemudian untuk

menentukan nilai ttabel dengan cara $df = a/2 ; (n-k-1)$ sehingga 0,025 ; (31). Nilai ttabel dapat dilihat pada kolom signifikansi 0,05 baris ke 31 dengan hasil perhitungan ttabel diperoleh sebesar 2,039. Sehingga nilai thitung 2.831 > nilai ttabel 2,039. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 yaitu dengan nilai sig. 0,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan demikian H3 diterima.

Pembahasan

1. Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 4,697 dengan hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang telah dilakukan sebesar 2,736. Seperti yang diketahui bahwa nilai t tabel dengan jumlah $N = 35$ sebesar 2,039, sehingga nilai t hitung 2,736 > t tabel 2,039 dan nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,010 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Plastik dan Kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020.

Ukuran perusahaan dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu perusahaan berskala besar, menengah, kecil, dan mikro. Perusahaan dengan skala menengah mencerminkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan sehingga dapat lebih banyak memperoleh peluang laba yang tinggi. Dengan semakin tingginya tingkat perolehan laba akan meningkatkan harga saham perusahaan yang juga akan membawa dampak pada tingginya nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dicerminkan dari total aset yang dimiliki perusahaan pada laporan posisi keuangan. Perusahaan besar yang memiliki total aset yang tinggi akan membuat investor tertarik dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Jika ukuran perusahaan atau skala perusahaan semakin besar maka perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan menengah cenderung memiliki kondisi yang stabil.

Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal, sehingga ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang diterapkan perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari Riyanto.(2018, hal. 313) menyatakan bahwa kekayaan yang dimiliki perusahaan dapat memberikan kemakmuran melalui pengelolaan yang efektif dalam kegiatan usaha perusahaan dan juga konsisten dengan penelitian Prasetyorini (2013) dan Ernawati & Widyawati (2015) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. DER Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel leverage yang diukur dengan DER memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,932 dengan hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang telah dilakukan sebesar 4,864. Seperti yang diketahui bahwa nilai t tabel dengan jumlah $N = 35$ sebesar 2,039, sehingga nilai t hitung 4,864 > t tabel 2,039 dan nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel leverage (DER) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Plastik dan Kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020.

Leverage merupakan pemakaian utang yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan dan dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk

memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi. Dengan kata lain leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat leverage tinggi dan sebaliknya leverage dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat leverage perusahaan rendah, ini mengindikasikan bahwa leverage yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. 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, dengan perolehan profit yang tinggi yang maka akan meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan tersebut.

Berdasarkan signalling theory tingginya peningkatan pada leverage didalam melakukan investasi perusahaan dimasa mendatang dianggap mampu memberikan sinyal positif dan membuat para investor tertarik untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut. Kemudian teori menurut (Husnan 2006:269) menyatakan bahwa apabila perusahaan dikenakan pajak penghasilan maka penggunaan hutang merupakan keputusan tepat yang dapat diambil perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Prasetyorini (2013) dan Utama & Lisa (2018) yang membuktikan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,453 dengan hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang telah dilakukan sebesar 2,831. Seperti yang diketahui bahwa nilai t tabel dengan jumlah $N = 35$ sebesar 2,039, sehingga nilai t hitung $2,831 > t \text{ tabel } 2,039$ dan nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,008 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Plastik dan Kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari kegiatan penjualan terkait operasional maupun dalam hal pengelolaan aset terkait masa depan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi maka perusahaan dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya, dengan demikian profitabilitas yang tinggi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Prospek masa depan perusahaan dapat tercermin dari profitabilitas. Oleh karena itu profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek masa depan perusahaan yang baik. Prospek masa depan perusahaan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka Panjang dengan menjadikan biaya yang dikeluarkan lebih kecil sehingga laba yang diperoleh lebih besar. Besar kecilnya laba perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan signalling theory tinggi nya tingkat profitabilitas menjadi sinyal positif kepada investor tentang kinerja baik yang telah dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian teori menurut Machowiicz, J. M., & Horne, J. C. (2016, hal. 154) menyatakan bahwa investor cenderung tertarik dengan tingkat laba bersih yang dihasilkan perusahaan melalui analisis profitabilitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Hargiansyah F (2015) & Indriyani (2017) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan yang ditandai dengan meningkatnya total aset dari sebuah perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan
2. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa leverage yang diukur dengan DER (Debt to Equity Ratio) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang maka semakin tinggi pula nilai Perusahaan
3. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA (Return On Asset) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas maka akan meningkatkan efektifitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai Perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Brigham & Houston. (2010). Dasar-dasar Manajemen Keuangan (III). Salemba Empat.
- [2] Dwipa. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Kharisma*, 2(1), 2013–2015.
- [3] Eko dkk. (2021). Analysis Of The Effect Of Financial Performance On Company Value With Corporate Social Responsibility And Good Corporate Governanc
- [4] Moderation. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 2(4), 462–471.
- [5] Ernawati & Widyawati. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 18(1), 1.
- [6] Hargiansyah F. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Akuntansi*.
- [7] Harmono. (2009). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis). Bumi Aksara.
- [8] Herawaty. (2020). Pengaruh Prudent Akuntansi, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Good Corporate Governance (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2018. 2003, 1–8
- [9] Hery. (2017). Kajian Riset Akuntansi.
- [10] Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333–348.
- [11] Irham fahmi. (2013). Pengantar Pasar Modal. Alfabeta.
- [12] Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada.
- [13] Kurniasari. (2017). Pengaruh Profitabilitas Rasio Aktivitas dan Leverage terhadap Nilai

- Perusahaan Manufaktur di BEI. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(11), 951–952.
- [14] Martono, A. H. (2014). Manajemen Keuangan.
- [15] Maryam, Rahman, P. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Center of Economic Student Journal*, 3(1), 90–109.
- [16] Muhandi. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Salemba Empat.
- [17] Muhandi. (2018). Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham. Salemba Empat.
- [18] Noor, N., Dachlan, G., Luh, N., & Widhiyani, S. (2017). Pengaruh Audit Tenure pada asimetri informasi dengan kompetensi komite audit sebagai pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, 2073–2102.
- [19] Novari, P., & Lestari, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 252428.
- [20] Prasetyorini, B. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- [21] Puspita. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Leverage, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang tercatat dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode 2016-2020.
- [22] Putra & wahyuni. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Semen di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1–18.
- [23] Rachman. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor industri Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2015.
- [24] Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. 2(74), 69–76.
- [25] Ramadhani. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 2(1), 21–42.
- [26] Riyanto. (2013). Dasar-dasar Pembelanjaan (Edisi ke 4).
- [27] Rudangga & Sudiarta. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7).
- [28] S Bahri. (2016). Pengantar Akuntansi.
- [29] Sambora, M. (2014). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI periode tahun 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2).
- [30] Suardana. (2020). Pengaruh profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. 137–155.
- [31] Suganda, T. R. (2018). Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal. Seribu Bintang.
- [32] Sugiyanto. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- [33] Sugiyono, P. D. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (ke-2). Alfabeta.
- [34] Utama & Lisa. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(1), 21–39.
- [35] Suwardika & Mustanda. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Properti. *E-Jurnal*

Manajemen Unud, 6(3), 1248–1277.

- [36] T Sumarsan. (2013). Sistem Pengendalian Manajemen (2 ed.)
- [37] Tandelilin, E. (2017). Pasar Modal Manajemen Portofolio dan Investasi.
- [38] Theresia, E. (2018). Pengaruh Leverage , Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi & Teknologi*, 2, 1–13