

DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Ulfah Setia Iswara

ulfahsetiaiswara@stiesia.ac.id

Teguh Gunawan Setyabudi

Susanti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

JIAKu

Jurnal Ilmiah
Akuntansi
dan Keuangan

Key word:

*leverage,
profitability, firm
size, firm value.*

Kata kunci:

*leverage,
profitabilitas, ukuran
perusahaan, nilai
perusahaan.*

Abstract

This study aims to conduct an empirical test of the effect of leverage, profitability, and firm size on firm value. The valuation of the company's share price is based on the company's ability to generate profits. The study was conducted on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2018 to 2020. The sample companies were 126 companies using the purposive sampling method. The data analysis technique used multiple regression analysis. The results obtained that leverage has a significant positive effect on firm value. The use of borrowed funds to generate profits will increase the value of the company. Profitability as measured by Return on Assets has a significant effect in a positive direction on firm value. This shows that the greater the profit generated, the value of the company also increases. Another factor that has an influence on firm value is firm size. Firm size seen from the total asset value has a significant positive effect on firm value.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penilaian atas harga saham perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 126 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa leverage berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Penggunaan dana pinjaman untuk menghasilkan laba akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang diukur dengan Return on Asset mempunyai pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar profit yang dihasilkan maka nilai perusahaan juga mengalami kenaikan. Faktor lain yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang dilihat dari nilai total aset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Cerminan dari penambahan ekuitas dan total hutang perusahaan terdapat dalam nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi penting bagi calon investor di pasar saham karena merupakan indikator dalam penilaian perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham, yang terbentuk dari penawaran dan permintaan di pasar modal dan sebagai refleksi penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009). Apabila harga saham suatu perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan tersebut dikatakan juga tinggi. Nilai perusahaan yang meningkat ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham, yang ditandai dengan tingkat pengembalian yang tinggi bagi pemegang saham, hal ini mencerminkan bahwa nilai perusahaan dipercaya mampu untuk menggambarkan kinerja saat ini dan kinerja masa mendatang (Wihardjo, 2014).

Leverage menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Leverage dalam penelitian ini diwakili oleh *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio yang membandingkan total utang dengan total ekuitas. Total utang meliputi kewajiban lancar dan kewajiban jangka panjang. DER menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Semakin besar rasio DER menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari utang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada, seperti yang dikemukakan oleh Sitepu (2010) bahwa semakin kecil rasio DER, semakin baik kemampuan perusahaan

untuk dapat bertahan dalam kondisi yang buruk. Rasio DER yang kecil menunjukkan bahwa perusahaan masih mampu memenuhi kewajibannya kepada kreditur.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan informasi kepada pemegang saham. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Investor akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang menyertakan laporan pertanggungjawaban sosialnya, dan akan lebih tertarik lagi apabila di waktu tersebut perusahaan sedang mendapatkan profit yang tinggi pula. Menurut Harahap (2007), rasio profitabilitas dapat diukur menggunakan *profit margin*, ROA, ROE, dan *Basic Earning Power*. Penelitian Rahayu (2010) menyimpulkan bahwa ROE tidak mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat digambarkan melalui besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva perusahaan. Apabila perusahaan yang sudah lama berdiri maka akan semakin besar perusahaan untuk dapat melakukan akses ke pasar modal dalam memperoleh pendanaan yang lebih mudah. Sedangkan perusahaan yang masih baru atau perusahaan kecil akan mengalami kesulitan dalam akses ke pasar modal. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar memiliki tingkat fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana dengan lebih mudah. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Setiawan et al., 2021). Sedangkan menurut Lutfita dan Takarini (2021) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tarmiji, 2019).

Hasil penelitian Awulle, et al. (2018) membuktikan profitabilitas, solvabilitas, dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Widyasari (2020) meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sedangkan leverage dan kebijakan dividen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Widayanti dan Yadnya (2020) menemukan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan dengan hasil yang tidak konsisten membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Adapun rumusan masalah sebagai berikut: Apakah leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS

Agency Theory

Teori keagenan berkaitan dengan hubungan principal dan agen dengan adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Hubungan antara principal dan agen, mengikat agen untuk memberikan jasa sebagai bagian principal yang meliputi delegasi beberapa otoritas pembuatan keputusan. Dalam beberapa kondisi, principal membayar agen untuk mengeluarkan sumber daya (biaya pengikatan) untuk menjamin agar agen tidak akan melakukan tindakan tertentu yang dapat membahayakan principal atau meyakinkan principal akan mendapat kompensasi jika terjadi tindakan yang merugikan principal. Para pemegang saham sebagai pemilik kekayaan, memberikan amanat kepada manajemen untuk mengelola kekayaan tersebut. Pemisahan fungsi pengelolaan dan kepemilikan antara manajemen dan pemegang saham menyebabkan pengelolaan yang dilakukan manajemen akan dikontrol oleh pemegang saham sebagai pihak yang menginvestasikan kekayaannya (Jensen dan Meckling, 1976).

Munculnya konflik keagenan yang terjadi antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen) dikarenakan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi adalah suatu kondisi yang terjadi apabila dua pihak memiliki informasi yang berbeda, di mana salah satu pihak memiliki informasi yang lebih jelas dan terperinci dibandingkan dengan pihak lainnya. Manajemen sebagai pihak yang mengelola perusahaan memiliki keseluruhan informasi mengenai perusahaan, sedangkan pemegang

saham tidak memiliki informasi perusahaan secara menyeluruh. Terdapat dua tipe asimetri informasi, yakni *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* terjadi karena pihak dalam perusahaan (*insider*) mengetahui informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak lain di luar perusahaan. Ketimpangan pengetahuan informasi perusahaan ini dapat menimbulkan masalah dalam transaksi pasar modal karena investor tidak mempunyai informasi yang cukup dalam pengambilan keputusan modal dan investasi. *Moral hazard* terjadi karena manajemen tertarik untuk berperilaku yang menguntungkan dirinya dan merugikan pemilik (*principal*). Hal ini dapat terjadi karena *principal* yang mendelegasikan tugas kepada manajemen tidak mampu melakukan pengawasan secara penuh dan langsung atas kegiatan operasional perusahaan yang dipimpin oleh manajer. Dengan demikian, diperlukan suatu pengendalian dengan pengawasan intensif yang dapat menyelaraskan perbedaan kepentingan antara agen dan *principal*. Teori keagenan pada akhirnya memberikan kerangka pembelajaran mengenai kontrak yang terjadi antara *principal* dan agen sehingga dapat digunakan untuk memprediksi konsekuensi ekonomi dari sebuah standar yang kemungkinan terjadi dalam perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan *price to book value*. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Solihah dan Taswan, 2002). Nilai perusahaan dalam beberapa literatur disebut dengan beberapa istilah diantaranya *price to book value* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham dan *Market Book Ratio* yaitu rasio saat ini harga saham dengan nilai buku per saham.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahudin, 2008). Sedangkan Wahyudi dan Prasetyaning (2006) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual. Menurut Kusumadilaga (2010), tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai, akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan perusahaan dinyatakan dalam maksimalisasi nilai (harga) saham perusahaan. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

Leverage

Leverage menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Leverage dalam penelitian ini menggunakan rasio *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio yang membandingkan total utang dengan total ekuitas. Total utang meliputi kewajiban lancar dan kewajiban jangka panjang. DER menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman yang diberikan oleh pemilik perusahaan.

Profitabilitas

Brigham dan Houston (2001:197) menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Menurut Sartono (2001:119) yang berpendapat bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisa profitabilitas ini. Menurut Elkington (2005), rasio profitabilitas merupakan perbandingan antara laba perusahaan dengan investasi atau ekuitas yang digunakan untuk

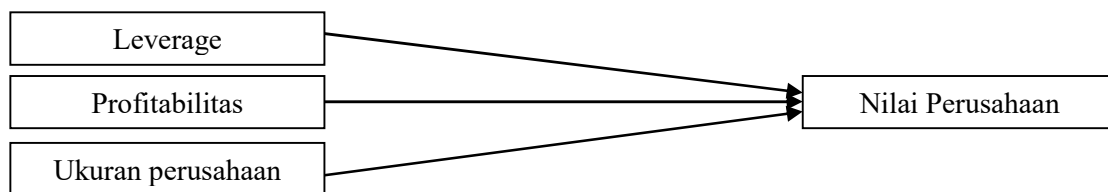
memperoleh laba tersebut. Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek seperti: nilai penjualan dan nilai equity (Riyanto, 2010). Hal ini dikarenakan apabila semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan baik dari pihak internal atau eksternal. Apabila pihak perusahaan memiliki total aktiva yang banyak maka pihak manajemen akan lebih mudah dalam kegiatan operasional perusahaan. Tetapi jika dilihat dari sudut pandang pemilik perusahaan jumlah aktiva yang banyak akan menurunkan nilai perusahaan. Besar kecilnya perusahaan akan berpengaruh terhadap kemampuan dalam pengungkapan manajemen risiko yang mungkin timbul dalam kegiatan bisnis perusahaan. Menurut Nadeem dan Wang (2011:124) pengukuran variabel ukuran perusahaan diproksikan dengan nilai logaritma natural dari total aktiva.

Model Penelitian

Penelitian ini menguji pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Adapun model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Menurut Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa adanya hutang maka *agency cost* akan semakin kecil. *Agency cost* yang kecil akan meningkatkan nilai dari perusahaan. Menurut Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hutang dapat mengurangi *free cash flow* yang berada pada perusahaan, sehingga resiko penyelewengan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen (*agent*) dapat berkurang. Penelitian yang dilakukan oleh Setiabudi dan Agustia (2012), dan Hasibuan *et al.* (2016), Widayanti dan Yadnya (2020) menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Penelitian Safitri *et al.* (2014), Hasibuan *et al.* (2016) serta Suryanti dan Amanah (2020) membuktikan secara empiris bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan *profitabilitas* yang tinggi akan diikuti dengan tingginya nilai perusahaan. Perusahaan dengan peningkatan laba menimbulkan sentimen positif dari pemegang saham karena kinerjanya dinilai baik dan berdampak pada peningkatan harga saham serta nilai perusahaan (Wijaya dan Sedana, 2015). Penelitian Husna dan Rahayu (2020) mengukur profitabilitas dengan *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Mahendra (2011) profitabilitas diproksikan dengan *Return On Equity*. ROE dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui modal sendiri. Semakin tinggi laba yang dihasilkan maka porsi pembagian dividen yang dibagikan juga semakin tinggi. Laba yang tinggi dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar kecilnya perusahaan manufaktur yang dapat dilihat dari total aktiva perusahaan. Hal ini berdampak pada nilai perusahaan semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin baik dan keuangan perusahaan dapat dikatakan relatif normal. Hal ini akan memberikan dampak baik terhadap antusiasme investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Investor akan lebih percaya untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki ukuran besar karena hal tersebut lebih menjanjikan kepada investor apabila terjadi kerugian. Semakin besar perusahaan nilai perusahaan akan semakin naik, hal ini berpengaruh terhadap kenaikan harga saham perusahaan. Menurut Isnaeni et al. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Lutfita dan Takarini (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda dengan Nauli et al. (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₃: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data yang terdapat dalam laporan keuangan untuk membuktikan secara empiris adanya pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Indriantoro dan Supomo (2009) populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini sampelnya adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti dan didasarkan atas kriteria tertentu. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebagai berikut: a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. b) Perusahaan menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2018-2020. c) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Data berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 sampai tahun 2020.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel pertama yang digunakan adalah leverage yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* yang bertujuan untuk memperlihatkan proporsi dari klaim pemberian pinjaman terhadap kepemilikan dan digunakan sebagai ukuran pendanaan hutang. Menurut Kasmir (2017:158) *Debt to Equity Ratio* (DER) dihitung dengan cara sebagai berikut:

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

Variabel kedua yang digunakan adalah Profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) perusahaan. Profitabilitas dihitung menggunakan ROA (*Return On Asset*) dari sebuah laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan dalam kurun waktu masa penelitian. Formulasi Profitabilitas menurut Husnan (2000):

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

Variabel ketiga yang digunakan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumberdaya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil (Prasetyorini, 2013). Menurut Yunita (2011) ukuran perusahaan dapat diproksikan dalam logaritma natural dari total aset sehingga dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \text{Log Natural (Total Aktiva)}$$

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur menggunakan Price Earning Ratio (PER) atau Rasio Harga Laba. Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang yang tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Tandelilin (2010:320) rumus untuk menghitung price earning ratio suatu saham adalah dengan membagi harga saham perusahaan terhadap earning per lembar saham. Secara matematis rumus untuk menghitung Price Earning Ratio (PER) adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Laba saham}} \times 100\%$$

Menurut Priyadi (2017) hasil dari price earning ratio, apabila angka mencapai 7-9 maka investor mengalami kecemasan terhadap prospek ekonomi. Apabila angka mencapai 10-14 maka investor tidak mengalami kecemasan serta keyakinan terhadap prospek perusahaan. Dan apabila angka mencapai 15-18 maka investor memandang perusahaan memiliki masa depan yang bagus.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu kegiatan mengolah data yang telah dikumpulkan dari lapangan atau pustaka menjadi seperangkat hasil. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Statistik deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai dari leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda, harus dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, karena pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji homoskedastisitas, uji autokelasi, dan uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Kusumadilaga (2010) mengungkapkan pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. b) Jika data

menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. c) Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji Multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Santoso, 2012). Untuk mendeteksi suatu regresi bebas dari multikolinieritas dengan melihat besaran nilai VIF <10 dan mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* pada residual (error) dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Santoso, 2012). Sedangkan menurut (Ghozali, 2018) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, yaitu jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisis sebagai berikut: a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi adalah mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Santoso, 2012). Santoso (2012) mengungkapkan panduan mengenai angka D-W (Durbin-Watson) untuk mendeteksi autokorelasi bisa dilihat pada tabel D-W, yang bisa dilihat pada buku statistik yang relevan. Namun demikian, secara umum bisa diambil patokan: a) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif. b) Angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada otokorelasi. c) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Analisis Regresi

Setelah uji-uji dalam asumsi klasik dapat dipenuhi, maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, salah satunya menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen (Santoso, 2012). Model persamaan regresi yang dapat dirumuskan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
X1	= Leverage

- X2 = Profitabilitas
- X3 = Ukuran Perusahaan
- e = Kesalahan regresi (*regression error*)

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Dasar pengambilan keputusannya adalah: 1) Jika F-hitung < F-tabel, maka model regresi tidak *fit* (hipotesis ditolak). 2) Jika F-hitung > F-tabel, maka model regresi *fit* (hipotesis diterima).

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α (5%) maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikan lebih kecil dari α maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit*.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing- masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel penelitian yang terdiri dari variabel leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel 2.

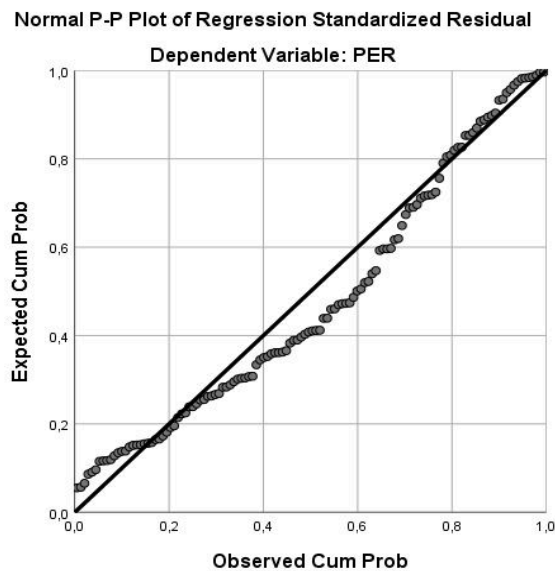
Tabel 2
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	126	0,10	4,77	0,7594	0,69765
ROA	126	1,22	24,26	8,0980	5,38164
SIZE	126	25,95	33,49	28,9733	1,68019
PER	126	5,28	30,02	13,6184	6,88370
Valid N (listwise)	126				

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk uji normalitas dengan melihat *normal probability plot*, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas disajikan pada gambar 2.



Gambar 2
Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan grafik *normal probability plot* menunjukkan pola distribusi normal karena terlihat titik-titik menyebar mendekati garis diagonal, sehingga model regresi dinyatakan layak untuk dipakai dalam penelitian ini. Untuk lebih memastikan apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak, maka dilakukan uji kolmogorov-smirnov. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi normal, hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran VIF, jika besar VIF disekitaran angka 1 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1, maka bebas multikolonieritas. Hasil dari uji multikolinieritas akan ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

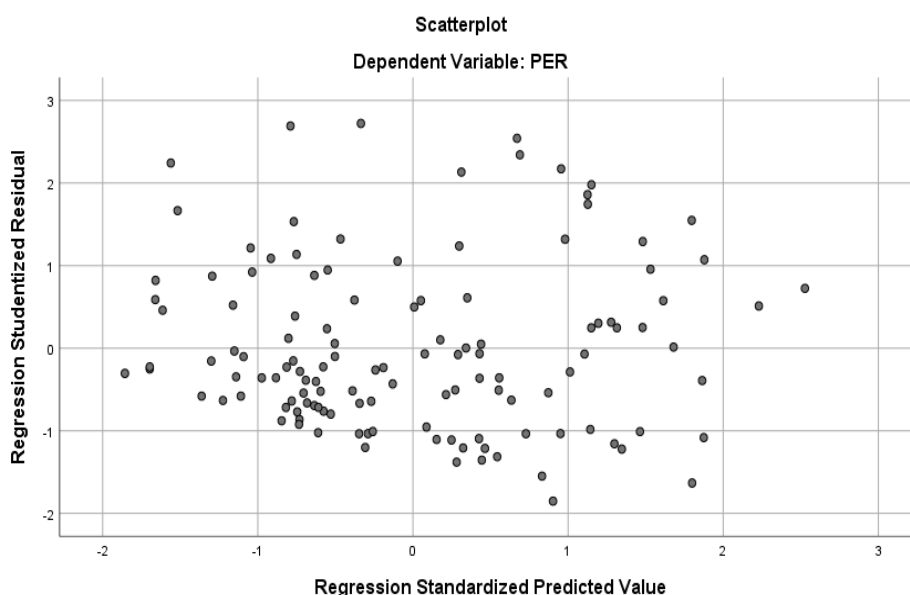
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	DER	0,794	1,259
	ROA	0,796	1,257
	SIZE	0,998	1,002

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa besaran VIF di sekitar angka 1 dan angka tolerance mendekati 1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dari gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED tidak menunjukkan pola yang jelas dan penyebaran titik-titik berada di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang akan digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan menggunakan nilai Durbin Watson. Menurut Santoso (2012) jika hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W di antara -2 sampai +2 maka berarti tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji autokorelasi disajikan pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin Watson
1	1,295

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,295 dan disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi.

Pengujian hipotesis

Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan telah *fit*. Hasil uji F disajikan pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1	10,702	0,000

Sumber: data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5, diperoleh nilai probabilitas (F hitung) sebesar 7,744 dengan signifikansi 0,009. Tingkat signifikansi < 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji dan membuktikan pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan akan diterima atau ditolak. Hasil pengujian hipotesis ditunjukkan dalam tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-19,834	9,638		-2,058	0,042
DER	1,918	0,892	0,194	2,150	0,034
ROA	0,558	0,116	0,436	4,829	0,000
SIZE	0,948	0,330	0,231	2,870	0,005

Sumber: data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada tabel 6 di atas, dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$NP = -19,843 + 1,918 \text{ DER} + 0,558 \text{ ROA} + 0,948 \text{ SIZE} + e$$

Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, atau dengan kata lain semakin tinggi leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil ini diperkuat dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi < 0,05, hal ini membuktikan bahwa leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi untuk pengujian hipotesis atas pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan disajikan pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,456 ^a	,208	,189	6,19963	1,295	

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

b. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa besarnya nilai Adjusted R² sebesar 0,189. Nilai ini merupakan penjelasan bahwa besarnya kontribusi leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan yang mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 18,9%.

Pembahasan

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tingkat signifikansi yang diperoleh adalah 0,034, lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Sedangkan nilai *standardized beta leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 1,918. Dapat diartikan bahwa jika terjadi peningkatan *profitabilitas* sebesar 1 maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,918. Hasil ini mendukung hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Maharani (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan dengan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi *leverage* menunjukkan semakin banyak hutang manajemen perusahaan yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan. Tingkat hutang perusahaan yang tinggi membuat perusahaan akan fokus pada pembayaran hutang menyebabkan investor kurang tertarik dengan perusahaan atau dapat dikatakan nilai perusahaan menjadi menurun.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan dari hasil SPSS menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,558. Hal ini berarti profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, atau dengan kata lain semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh uji t yang menunjukkan bahwa nilai angka signifikan sebesar 0,000 (sig. < 5%), hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima, hal ini berarti semakin tinggi profitabilitas berarti perusahaan semakin mampu dalam menghasilkan profit, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sesuai dengan yang pernah diteliti oleh Lutfita dan Takarini (2021), Isnaeni *et al.* (2021), dan Widyanti dan Yadnya (2017) yang juga menyimpulkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut pendapat Tandelilin (2010) untuk melangsungkan hidupnya, perusahaan harus dalam keadaan yang *profitable*. Investor akan cenderung memilih perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi karena tujuan dari investasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan investor yang dapat diukur dari jumlah pendapatan. Akan tetapi hasil ini tidak mendukung penelitian Rahayu (2010), karena dalam penelitian tersebut hanya menggunakan *Return On Equity* (ROE) sebagai pengukur tingkat profitabilitas perusahaan yang dinilai kurang mencerminkan kinerja perusahaan. Selain itu, hasil penelitian juga didukung oleh pendapat Elkington (2005) yang menyatakan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut memanfaatkan fasilitas perusahaan. Dengan begitu akan semakin menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut karena diyakini dapat memberikan tingkat pengembalian yang tinggi pula bagi investor.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan (*Ln Size*) yang perumusan hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis uji t pada perusahaan manufaktur pada variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,005, yang berarti nilai signifikansi 0,005 lebih kecil dari pada 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebabkan karena perusahaan manufaktur yang besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya karena perusahaan belum tentu memiliki kemampuan menghasilkan laba yang baik dan tidak

memiliki hutang yang besar. Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Siswandi dan Ngumar (2019), Novianti dan Yanti (2020), dan Nauli *et al.* (2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hipotesis penelitian maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang positif sebesar 1,918. Hasil ini diperkuat oleh uji t yang menunjukkan bahwa nilai angka signifikan sebesar 0,034 (sig. <5%), hal ini menjelaskan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan bahwa tingkat leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima, hal ini berarti semakin tinggi tingkat leverage maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh yang menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif secara statistik pada nilai perusahaan.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,558. Hasil ini diperkuat oleh uji t yang menunjukkan bahwa nilai angka signifikan sebesar 0,000 (sig. <5%), hal ini menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima, hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh yang menyatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif secara statistik pada nilai perusahaan.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,948. Hasil ini diperkuat oleh uji t yang menunjukkan bahwa nilai angka signifikan sebesar 0,005 (sig. <5%), hal ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain Hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima, hal ini berarti semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh yang menyatakan bahwa *Ln Asset* berpengaruh positif secara statistik pada nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan simpulan penelitian maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada industri manufaktur periode tahun 2018 sampai dengan 2020. Sebaiknya bagi peneliti selanjutnya, dapat menambah periode tahun dan sektor industri lainnya agar cakupan objek lebih luas serta lebih bisa merepresentasikan dampak leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel yang digunakan untuk menguji nilai perusahaan hanya leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan ataupun menambahkan variabel lain seperti *Good Corporate Governance* (GCG), kebijakan dividen, dan variabel lainya sehingga dapat menambah wawasan para akademisi dan masyarakat tentang faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awulle, I. D., S. Murni, dan C. N. Rondonuwu. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EMBA* 6(4): 1908-1917.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi VIII. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Elkington, J. 2005. *Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. New Jersey.
- Ghozali, I. 2018. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Harahap, S. S. 2007. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Edisi Kesatu. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hasibuan, V., M. Dzulkirom, dan N. G. W. Endang. 2016. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis* 39(1).
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Husna, R. dan Y. Rahayu. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaana. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(1).
- Husnan, S. 2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Pendek*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Indriantoro, N. dan B. Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Isnaeni, W. A., S. B. Santoso, E. Rachmawati, dan S. E. B. Santoso. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Review of Applied Accounting Research (RAAR)* 1(1): 17-28.
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3: 305-360.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Artikel*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Lutfita, A. dan N. Takarini. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 9(3): 319-329.
- Nadeem, A. S. dan Z. Wang 2011. Determinants of capital structure. An empirical study of firms in manufacturing industry of Pakistan. *International Research: Journal of Managerial Finance*.
- Nauli, A., C. Halim, dan S. Sonia. 2021. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 4(2): 410-418.
- Novianti dan Yanti. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2(1): 308-316.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Prasetyorini, F. B. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(1): 184-187.
- Priyadi, T. 2017. *Memahami Lebih Detail Tentang Price Earning Ratio*. 30 Desember 2017.
- Rahayu, S. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Artikel*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Riyanto, B. 2010. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Empat. Cetakan Kesepuluh. BPFE. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2012. *Aplikasi SPSS Pada Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sartono, A. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Empat. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Setiabudi, A. dan D. Agustia. 2012. Fundamental Factor of Firm due to Firm Value. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. ISSN 2090-4304. University of Airlangga. Surabaya.
- Setiawan, M. R., N. Susanti, dan N. M. Nugraha. 2021. Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi* 5(1): 208-218.
- Sitepu, C. N. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universtias

- Sumatera Utara. Medan.
- Soliha, E. dan Taswan. 2002. Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 9.
- Tandelilin, E. 2010. *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Kanisius. Yogyakarta.
- Tarmiji. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017. *Tirtayasa Ekonomika* 14(2): 171-186.
- Wahyudi, U. dan H. P. Prasetyaning. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Widyantari, N. L. P. dan I. P. Yadnya. 2017. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage. *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(12).
- Widyasari, Y. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2(2).
- Wihardjo, D. S. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011). *Artikel*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Yunita, I. 2011. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Deviden, Size, Dan Mekanisme GCG Terhadap Nilai Perusahaan. *Artikel*. Universitas Diponegoro. Semarang.