

EFEK MODERASI PROFITABILITAS PADA *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERDAGANGAN RITEL DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023

THE MODERATING EFFECT OF PROFITABILITY ON LEVERAGE AND COMPANY SIZE ON COMPANY VALUE IN RETAIL TRADE SUB-SECTOR COMPANIES ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (IDX) 2019-2023

Diah Dwi Pratiwi¹, Yana Hendayana²

^{1,2}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama
E-mail: diah.pratiwi@widyatama.ac.id¹, yana.hendayana@widyatama.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of leverage and company size on company value with profitability as a moderating variable in retail trade sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the 2019-2023 period. This type of research is quantitative with a descriptive descriptive method. Research testing used MRA (Moderated Regression Analysis) using Eviews 12 software. Sample selection in this study used purposive sampling based on criteria obtained by 23 companies. The results of this research indicate that leverage has no significant positive effect on firm value. Company size does not have a significant negative effect on company value. Profitability weakens the effect of leverage on company value. Profitability strengthens the influence of company size on company value. The impact of this research for policy makers, managers and investors can help in making decisions and strategies to improve competitiveness and company performance.

Keywords: Firm Value, Leverage, Firm Size, Profitability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderasi pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode deskriptif verikatif. Pengujian penelitian menggunakan MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan menggunakan *software Eviews 12*. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang diperoleh 23 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperlemah pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dampak dari penelitian ini bagi pembuat kebijakan, manajer dan investor dapat membantu dalam mengambil keputusan dan strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan.

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

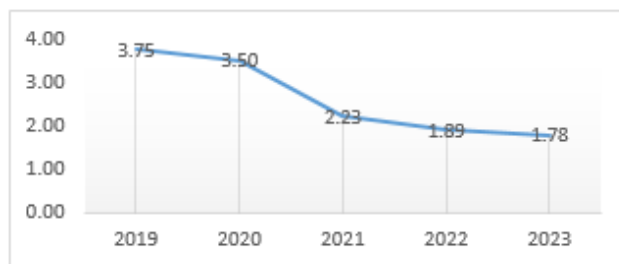
PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan utama untuk mencapai peningkatan nilai perusahaan, selain itu juga meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2019). Memperoleh return merupakan tujuan utama dari aktivitas perdagangan para investor di pasar modal. Investor menggunakan berbagai cara untuk memperoleh return yang diharapkan, baik melalui analisis sendiri terhadap perilaku perdagangan saham (Kulla, 2021). Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (R. M. Harahap et al., 2022).

Beberapa sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki investor yang cukup banyak, salah satunya adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel yaitu perusahaan yang menjual barang atau jasa dalam jumlah satuan atau eceran kepada konsumen untuk mengonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi dan tidak menjualnya kembali. Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam

jumlah yang besar. Industri Ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat (Prakoso et al., 2022). Permasalahan laporan keuangan yang terjadi di perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menampilkan kondisi nilai perusahaan yang belum stabil.

Penurunan kinerja keuangan dari perusahaan ritel adalah rendahnya minat pembelian oleh konsumen yang disebabkan munculnya beberapa *e-commerce*, sehingga membuat konsumen cenderung berbelanja secara *online* daripada berbelanja di pusat perbelanjaan. Penurunan ini sangat dipengaruhi oleh kinerja keuangan dari perusahaan tersebut (Riyanti et al., 2023). Beberapa perseroan membukukan pendapatan yang memburuk, akibatnya kinerja perusahaan berdampak pada harga saham yang semakin menurun, dan buruknya penilaian investor tentang perusahaan ritel. Sehingga beberapa perusahaan ritel hampir saja terkena suspensi dan *delisting* di Bursa Efek Indonesia (Ahyuni et al., 2022). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan PER, PBV, dan Tobin's Q. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q yang melibatkan perbandingan rasio nilai pasar saham perusahaan terhadap nilai buku ekuitasnya (Smithers & Wright, 2007) dalam (Arini, 2022).

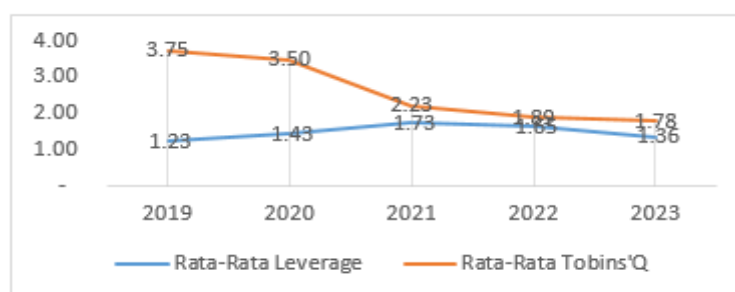


Gambar 1. Grafik Rata-Rata Tobin's Q Periode 2019-2023

Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 1 menunjukkan rata-rata nilai perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang diukur dengan Tobin's Q bahwa pada tahun 2019 menunjukkan nilai sebesar 3,75. Pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi sebesar 3,50. Pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 2,23. Pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan sebesar 1,89 dan pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi sebesar 1,78. Dari gambar diatas dapat dilihat dari rata-rata nilai perusahaan perusahaan sektor sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 menunjukkan adanya fluktuasi cenderung mengalami penurunan, artinya artinya kurang baik kinerja perusahaan dalam mengelola asetnya dan dikaitkan dengan rendahnya potensi pertumbuhan investasi. Harahap (2016) dalam (Arini, 2022) mengatakan fluktuasi nilai rata-rata Tobin's Q ini dipengaruhi oleh beberapa faktor kinerja keuangan perusahaan. Rasio likuiditas, rasio *Leverage*, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas merupakan analisis rasio keuangan yang dapat dilakukan oleh investor.

Leverage menjadi sangat penting di negara-negara transisi, di mana krisis ekonomi dapat memperburuk kondisi keuangan perusahaan dan prospek perkembangannya secara signifikan (Akinlo & Asaolu, 2012). *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Kasmir (2019) mengatakan *Leverage* adalah rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Perusahaan yang memanfaatkan hutang adalah perusahaan yang memiliki finacial *Leverage* di mana tolak ukur atau parameternya adalah semakin besar proporsi hutang yang dikelola oleh perusahaan di mana pemilik modal akan menanggung risiko yang lebih besar, jika risiko perusahaan dan tingkat *Leverage* meningkat maka akan menurunkan respon harga saham dan juga nilai perusahaan (Fadjar et al., 2021). Berikut grafik rata-rata *Leverage* dan Tobin's Q perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023:



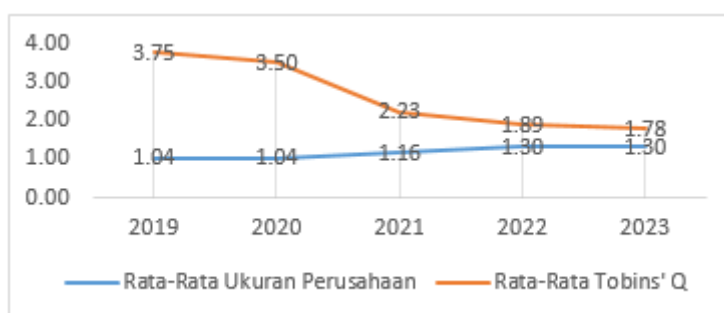
Gambar 2. Grafik Rata-Rata *Leverage* dan Tobin's Q Periode 2019-2023
Sumber: Data diolah (2024)

Rasio *Leverage* yang tinggi mengindikasikan bahwa hutang yang dimiliki oleh perusahaan cukup besar sehingga apabila perusahaan mengalami kesulitan dalam membayar hutang yang dimiliki, baik jangka pendek maupun

jangka panjang, maka akan berdampak pada kondisi kesehatan perusahaan dan nilai perusahaan (Hertina & Hendayana et al., 2023). Semakin tinggi rasio ini maka semakin berisiko perusahaan tersebut karena semakin besar

kewajibannya, begitu pula sebaliknya semakin kecil rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko yang rendah (Anwar, 2019). Bersamaan dengan penurunan pada nilai perusahaan, hasil pengamatan *Leverage* pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel periode 2019 -2023 berdasarkan gambar 1.2 rata-rata *Leverage* menunjukkan adanya fluktuasi cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut tidak sesuai dengan tersebut tidak sesuai dengan teori yang mana jika *Leverage* perusahaan menurun maka nilai perusahaan akan meningkat.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara (Hery, 2021). Hartono (2017) mengatakan, dalam hal ini ukuran perusahaan dilihat dari total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Berikut grafik rata-rata ukuran perusahaan dan tobins'Q perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023:



Gambar 3. Grafik Rata-Rata Ukuran Perusahaan dan Tobin's Q Periode 2019-2023
Sumber: Data diolah (2024)

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor, dan mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sari & Ayu, 2019). Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Bersamaan dengan penurunan pada nilai perusahaan, hasil pengamatan ukuran perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel periode 2019-2023 berdasarkan gambar

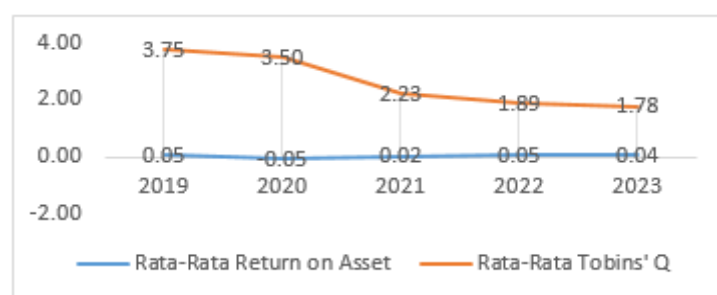
1.3 rata-rata ukuran perusahaan menunjukkan adanya fluktuasi cenderung mengalami kenaikan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang mana jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat.

Peneliti sebelumnya memberi petunjuk profitabilitas dapat digunakan sebagai variabel moderasi untuk mengatasi perbedaan dari para peneliti. Menurut (Farid & Akhmadi, 2023) profitabilitas sebagai variabel moderasi adalah suatu alasan, karena dianggap bisa menjadi perantara dalam memperkuat hubungan terhadap nilai perusahaan. (Febriani, 2020) mengatakan, profitabilitas dapat menjadi perantara (moderasi) dari hubungan variabel independen (penjelas), yang dalam penelitian ini adalah *Leverage*,

likuiditas dan ukuran perusahaan ke variabel pengaruh yaitu nilai perusahaan, sehingga menjadi sebab perubahan.

Kasmir (2019) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Faktanya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan sangat penting bagi investor,

karena naik atau turunnya keuntungan suatu perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Jika profitabilitas perusahaan baik, maka para investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi baik, karena semakin tinggi profitabilitas berarti keuntungan yang diterima perusahaan juga besar. Rasio profitabilitas dalam penelitian diukur dengan *Return On Asset* (ROA).



Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 4. Grafik Rata-Rata Profitabilitas dan Tobin's Q Periode 2019-2023

Jika tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi maka investor akan mendapatkan return yang tinggi. Maka perusahaan bisa dikatakan mampu mensejahterakan para pemegang saham, dengan begitu investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan. Apabila banyak investor yang tertarik membeli saham perusahaan, maka permintaan akan saham meningkat, sehingga membuat harga pasar saham perusahaan juga meningkat. Hal ini dapat menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan (Soge & Brata, 2021). Bersamaan dengan penurunan pada nilai perusahaan, hasil pengamatan profitabilitas pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel periode 2019-2023 berdasarkan gambar 1.4 rata-rata profitabilitas menunjukkan adanya

fluktuasi cenderung mengalami kenaikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa kesenjangan atau perbedaan hasil para peneliti. Dewi & Abudanti (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Christiaan, 2022) menyatakan profitabilitas tidak dapat memoderasi *Leverage* terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. (Yulimtinan & Atiningsih, 2021) menyatakan profitabilitas mampu memoderasi *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian (Zoraya et al., 2023) menyatakan profitabilitas dapat

memoderasi pengaruh likuiditas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

KAJIAN TEORI

Signaling Theory

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence tahun 1973 di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Kemudian dikembangkan oleh Ross tahun 1977 mengatakan dengan mengirimkan sinyal, pemilik informasi berusaha agar informasi tersebut tersedia bagi penerimanya. Penerima kemudian menyesuaikan perilakunya berdasarkan pemahamannya terhadap sinyal. Sinyal ini datang dalam bentuk informasi mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Informasi yang dipublikasikan suatu perusahaan penting karena mempengaruhi keputusan investasi pihak luar. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena pada hakikatnya merupakan informasi, catatan, atau penjelasan mengenai kondisi masa lalu, masa kini, dan masa depan serta dampaknya terhadap perusahaan bagi kelangsungan hidupnya (Brigham & Houston, 2019).

Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif. Oleh sebab itu teori ini dapat mendukung penelitian karena mempengaruhi pada nilai perusahaan. Pada praktiknya perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI bertujuan menyajikan laporan keuangan untuk menarik minat investor dalam melakukan penanaman modal. Laporan keuangan terdapat informasi mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan yang dapat menjadi pertimbangan oleh investor dalam melakukan berinvestasi.

Hubungan *signaling theory* dengan variable yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah sinyal berupa kabar baik atau kabar buruk yang diberikan perusahaan kepada investor. Sinyal tersebut berupa informasi *Leverage*, informasi ukuran perusahaan, dan informasi profitabilitas.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan erat kaitannya dengan kinerja suatu perusahaan, menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kekayaan pemegang saham. Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar karena kenaikan harga saham perusahaan dapat memberikan kekayaan yang maksimal kepada pemegang saham. Berbagai kebijakan yang diterapkan manajemen untuk meningkatkan kekayaan pemilik dan pemegang saham serta meningkatkan nilai perusahaan tercermin dalam harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi berkaitan dengan kekayaan pemegang saham yang tinggi (Brigham & Houston, 2019). Hery (2021) mendefinisikan nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai Perusahaan dapat diproksikan dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Prof. James Tobin (1967). Tobin's Q merupakan rasio yang menunjukkan estimasi pasar sehingga memberikan informasi yang rasional mengenai nilai perusahaan, karena memasukkan seluruh asset perusahaan.

Profitabilitas

Hery (2021) mengatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Jika tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi maka investor akan mendapatkan return yang tinggi. Maka perusahaan bisa dikatakan mampu mensejahterakan para pemegang saham, dengan begitu investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan. Meningkatnya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan begitupun sebaliknya menurunnya profitabilitas perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan (R. M. Harahap et al., 2022). Kasmir (2019) mengatakan *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. (Susanti et al., 2020) mengatakan *Return On Assets* yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan seluruh aset yang ada dan digunakan untuk menghasilkan laba.

Ukuran Perusahaan

Brigham & Houston (2019) menyatakan bahwa, ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset dan total ekuitas. (R. M. Harahap et al., 2022) mengatakan ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka

ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Besar atau kecil ukuran perusahaan dihitung dari jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Dengan dana yang lebih banyak, perusahaan dapat menciptakan peluang pertumbuhan sehingga kinerja perusahaan lebih baik (Supriadi, 2020). Total asset dapat dihitung dengan logaritma natural karena perusahaan dalam penelitian ini dapat memiliki jumlah aset yang bervariasi disebabkan adanya perbedaan ukuran perusahaan, digunakan untuk seberapa besar skala dalam perusahaan ukuran perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022).

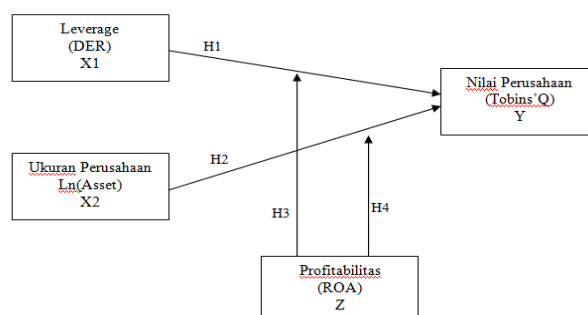
Leverage

Rasio solvabilitas atau rasio *Leverage* dalam arti luas, mengukur kapasitas perusahaan untuk menyelesaikan semua kewajiban saat ini dan masa depan. Sebuah perusahaan dikatakan *solvable* jika memiliki kekayaan atau aset yang cukup untuk melunasi semua hutangnya Kasmir (2019). Semakin tinggi nilai *Leverage* menunjukkan jumlah hutang yang dimiliki perusahaan semakin besar dibandingkan dengan modalnya, sehingga biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk memenuhi kewajiban akan semakin besar (Huang & Shang, 2019). Semakin tinggi rasio ini maka semakin berisiko perusahaan tersebut karena semakin besar kewajibannya, begitu pula sebaliknya semakin kecil rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko yang rendah (Anwar, 2019). Dalam penelitian ini *Leverage* di proksikan yaitu dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Untuk menentukan

perbandingan utang suatu perusahaan terhadap modal yang dimilikinya. *Debt to Equity Ratio* dihitung dengan membandingkan seluruh utang (termasuk utang lancar) dengan seluruh ekuitas (Kasmir, 2019). Jika *Debt to Equity Ratio* yang tinggi, hal ini akan

berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki *Debt to Equity Ratio* lebih rendah tentu mempunyai kerugian lebih kecil.

Kerangka Pemikiran



Gambar 5. Paradigma Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

H3 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

H4 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

METODE

Metode penelitian ini menggunakan MRA (*Moderated Regression Analysis*) untuk mengetahui pengaruh *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019-

2023 sebanyak 43 perusahaan. Pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu diperoleh 23 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan metode deskriptif verikatif, yang bersumber dari data sekunder dengan data panel yang merupakan kombinasi antar data *time series* dan data *cross section*. Perhitungan dan pengujian metode ini dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer melalui program *Eviews 12*.

HASIL PENELITIAN

Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi, skewness, dan kurtosis. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	<i>Leverage</i>	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan	Profitabilitas
Mean	1,480006	1,172159	2,631220	0,021937
Median	0,800500	1,626300	1,501200	0,035300
Maximum	7,828000	4,141700	32,430000	0,175100
Minimum	0,006700	-3,022900	0,579800	-0,826000
Std. Dev	1,521375	1,579695	4,295500	0,104257

Sumber: Hasil *Output Eviews* 12 (2024)

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dijelaskan hasil pengujian statistik deskriptif yaitu sebagai berikut:

1. Hasil *Leverage* menunjukkan nilai rata-rata 1,48006. Nilai maksimum sebesar 7,82800 berada pada PT Industri dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk tahun 2021. Nilai minimum sebesar 0,006700 berada pada PT Yelooo Integra Datanet Tbk tahun 2021. Nilai standar deviasi sebesar 1,521375.
2. Hasil ukuran perusahaan menunjukkan nilai rata-rata 1,172159. Nilai maksimum sebesar 4,141700 berada pada PT Indomobil Sukses Internasional Tbk tahun 2023. Nilai minimum sebesar -3,022900 berada pada PT Yelooo Integra Datanet Tbk tahun 2020. Nilai standar deviasi sebesar 1,579695.
3. Hasil nilai perusahaan menunjukkan nilai rata-rata 2,631220. Nilai maksimum sebesar 32,430000 berada pada PT Gaya Abadi Sempurna Tbk tahun 2020. Nilai minimum sebesar 0,579800 berada pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk tahun 2020. Nilai standar deviasi sebesar 4,295500.
4. Hasil profitabilitas menunjukkan nilai rata-rata 0,021937. Nilai maksimum sebesar 0,175100 berada pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk tahun 2019. Nilai minimum sebesar -0,826000 berada pada PT Yelooo Integra Datanet Tbk tahun 2020. Nilai standar deviasi sebesar 0,104257.

Uji Pemilihan Model

Dalam melakukan penelitian dilakukan uji pemilihan model sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Uji yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Pemilihan Model

Pengujian	Prob.	Kriteria	Kesimpulan
Uji Chow	0,0000	Prob < 0,05	FEM
Uji Hausman	0,2306	Prob > 0,05	REM
Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	0,0000	Prob < 0,05	REM

Sumber: Hasil *Output Eviews* 12 (2024)

Berdasarkan tabel 2 dalam uji pemilihan model hasil uji *Chow*, *Hausman* dan *Lagrange Multiplier* dapat disimpulkan bahwa model terbaik untuk

melakukan hipotesis adalah *Random Effect Model* (REM).

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji *langrange multiplier* menunjukkan bahwa model yang terpilih *random effect model* (REM). Dengan terpilihnya REM maka tidak perlu dilakukan uji normalitas, heterokedastisitas dan autokolerasi. Hal ini dikarenakan model *random effect* menggunakan metode estimasi *Generalized Least Square* (GLS). Metode GLS menghasilkan estimator untuk memenuhi sifat *Best Linear Unbiased Estimation* (BLUE) yang

merupakan model untuk mengatasi pelanggaran asumsi heterokedastisitas dan autokolerasi (Greene, 2007). Selain itu penelitian yang menggunakan data panel menurut (Gujarati & Porter, 2015) memiliki keunggulan utama yaitu bersifat *robust* terhadap beberapa tipe pelanggaran asumsi *Gauss Markov*, yakni heterokedastisitas dan normalitas. Sehingga uji asumsi klasik yang harus dilakukan hanya uji multikolinearitas.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Correlation Probability	DER	LN	NILAI	ROA
DER	1.000000 -----			
LN	0.391784 0.0000	1.000000 -----		
NILAI	0.028767 0.7602	-0.269785 0.0035	1.000000 -----	
ROA	-0.038679 0.6815	0.307646 0.0008	0.092323 0.3264	1.000000 -----

Sumber: Hasil *Output Eviews 12* (2024)

Berdasarkan hasil uji pada table 3 koefisien kolerasi yang tinggi (mendekati -1 atau 1) menunjukkan adanya multikolinearitas. Berdasarkan *rule of thumb*, koefisien kolerasi dibawah -0,80 atau diatas 0,80 mengindikasikan adanya multikolinearitas. Berdasarkan data yang bisa diambil dari tabel 3.3 dapat dilihat bahwa koefisien antar variabel memiliki nilai yang kurang dari 0,80. Maka hasil uji multikolinearitas adalah tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Transformasi Data

Transformasi logaritma yaitu data bersifat tidak aditif artinya apabila data tidak memenuhi asumsi (F hitung lebih besar dari F tabel) maka harus dilakukan transformasi data. Transformasi Logaritma ini tidak digunakan jika terdapat data 0. Transformasi Logaritma dapat digunakan ketika data memiliki variasi yang besar, rentang nilainya luas serta rentang data cenderung mengikuti skala eksponensial.

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 4. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.319342	0.061382	5.202539	0.0000
DER	0.139468	0.076899	1.813644	0.0725
LN	-0.087321	0.032727	-2.668131	0.0088
ROA	0.224377	0.307682	0.729250	0.4674
X1Z	-1.136943	0.719835	-1.579448	0.1171
X2Z	0.443356	0.174886	2.535113	0.0127

Sumber: Hasil *Output Eviews* 12 (2024)

Berdasarkan hasil uji moderasi yang terdapat dalam table 4 diperoleh *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah analisis khusus regresi linear berganda yang mengandung unsur interaksi atau perkalian antara dua atau lebih variable independen. Berikut persamaan regresi pada penelitian ini:

$$Y = 0,31942 + 0,139468 \cdot X1 - 0,087321 \cdot X2 + 0,224377 \cdot Z - 1,136943 \cdot X1Z + 0,443356 \cdot X2Z + e$$

Berdasarkan tabel 4 hasil persamaan moderator murni (*pure moderator*) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai konstanta sebesar 0,3192342 artinya apabila variabel independen yaitu *Leverage* dan ukuran perusahaan dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan bernilai sebesar 0,3192342.
2. Jika nilai koefisien regresi *Leverage* menunjukkan sebesar 0,139468, artinya apabila *Leverage* mengalami peningkatan sebesar (satu) satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu ukuran perusahaan dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,139468. Tanda positif pada nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki arah pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *Leverage* maka semakin tinggi nilai perusahaan, begitupun sebaliknya.

3. Jika nilai koefisien regresi ukuran perusahaan menunjukkan sebesar -0,087321, artinya apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar (satu) satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu *Leverage* dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,087321. Tanda negatif pada nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin rendah nilai perusahaan, begitupun sebaliknya.
4. Jika nilai koefisien regresi *Leverage* yang dimoderasi dengan profitabilitas menunjukkan -1,136943 artinya apabila *Leverage* yang dimoderasi dengan profitabilitas mengalami peningkatan sebesar (satu) satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu ukuran perusahaan yang dimoderasi dengan profitabilitas dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -1,136943. Tanda negatif pada nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa *Leverage* yang dimoderasi dengan profitabilitas memiliki arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *Leverage* yang dimoderasi dengan

profitabilitas maka semakin rendah nilai perusahaan, begitupun sebaliknya.

5. Jika nilai koefisien regresi ukuran perusahaan yang dimoderasi dengan profitabilitas menunjukkan sebesar 0,443356, artinya apabila variabel ukuran perusahaan yang dimoderasi dengan profitabilitas mengalami peningkatan sebesar (satu) satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu *Leverage* yang dimoderasi dengan profitabilitas dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,443356. Tanda positif pada nilai koefisien regresi

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dimoderasi dengan profitabilitas memiliki arah pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan yang dimoderasi dengan profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan, begitupun sebaliknya.

Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan Tabel 5 menguji didapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.319342	0.061382	5.202539	0.0000
DER	0.139468	0.076899	1.813644	0.0725
LN	-0.087321	0.032727	-2.668131	0.0088
ROA	0.224377	0.307682	0.729250	0.4674
X1Z	-1.136943	0.719835	-1.579448	0.1171
X2Z	0.443356	0.174886	2.535113	0.0127
F-statistic	2.601465	Durbin-Watson stat		0.658837
Prob(F-statistic)	0.029063			

Sumber: Hasil *Output Eviews* 12 (2024)

Berdasarkan tabel 5, hasil hasil pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis pada model regresi, diperoleh nilai probabilitas *Leverage* sebesar $0,0725 > 0,05$. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,8136, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,9808. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,8136 < 1,9808$), maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak, artinya *Leverage*

tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

2. Berdasarkan pengujian hipotesis pada model regresi, diperoleh nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar $0,0088 < 0,05$. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan nilai t_{hitung} yaitu sebesar -2,6681, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,9808. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,6681 > -1,9808$), maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, artinya ukuran perusahaan

- tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis pada model regresi *Leverage* yang dimoderasi oleh profitabilitas, diperoleh nilai probabilitas *Leverage* sebesar $0,1171 > 0,05$. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-1,5794$, sedangkan t_{tabel} sebesar $-1,9808$. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,5794 < -1,9808$), maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak, artinya profitabilitas tidak mampu memoderasi *Leverage* terhadap nilai perusahaan.
 4. Berdasarkan pengujian hipotesis pada model regresi ukuran perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas, diperoleh nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar $0,0021 < 0,05$. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil

perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,5351$, sedangkan t_{tabel} sebesar $1,9808$. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,5351 > 1,9808$), maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, artinya profitabilitas mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 5 hasil dari nilai probabilitas $F(statistic)$ sebesar $0,029 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan sudah layak digunakan perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai R^2 dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi yaitu:

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Weighted Statistics			
R-squared	0.106611	Mean dependent var	0.092732
Adjusted R-squared	0.065630	S.D. dependent var	0.196809
S.E. of regression	0.190241	Sum squared resid	3.944891
F-statistic	2.601465	Durbin-Watson stat	0.658837
Prob(F-statistic)	0.029063		

Sumber: Hasil *Output Eviews* 12 (2024)

Berdasarkan tabel 6 hasil dari Koefisien Determinasi R^2 sebesar $0,106$ yang berarti bahwa variabilitas variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar $10,6\%$ sedangkan sisanya sebesar $89,4\%$ dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini. Nilai *standar error* model regresi $0,190241$ ditunjukkan dengan

label *S.E. of Regression*. Nilai standar error ini lebih kecil dari pada nilai standar deviasi variabel *response* yang ditunjukkan dengan label *S.D. Dependent var* yaitu sebesar $1,96809$ yang dapat diartikan bahwa model regresi valid sebagai model prediktor.

Pembahasan

Analisis Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel nilai perusahaan, sehingga **hipotesis pertama (H1) ditolak**.

Semakin tinggi *Leverage* suatu perusahaan, maka makin tinggi risiko usahanya, menggunakan utang dalam jumlah yang lebih besar akan meningkatkan risiko yang ditanggung oleh pemegang saham, sehingga risiko yang semakin tinggi dengan utang dalam jumlah yang lebih besar cenderung akan menurunkan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2019).

Dengan adanya peningkatan hutang tentu akan meningkatkan kinerja manajemen untuk terus bekerja secara efektif dan efisien, namun perusahaan wajib menanggung hutang jangka perusahaan yang ada. Permodalan yang lebih tinggi didanai oleh hutang menyebabkan pihak manajemen akan memprioritaskan pelunasan kewajiban terlebih dahulu sebelum membagikan dividen. Perusahaan yang memiliki rasio hutang lebih besar akan membagikan dividen lebih kecil karena laba yang diperoleh digunakan untuk melunasi kewajiban. Hutang jangka panjang diikat oleh sebuah perjanjian hutang untuk melindungi kepentingan kreditor. Namun, besar kecilnya hutang yang dimiliki perusahaan tidak terlalu diperhatikan oleh investor, karena investor lebih menganalisis bagaimana manajemen perusahaan dapat mengelola dana tersebut secara efektif dan efisien untuk mendapatkan nilai tambah bagi perusahaan.

Oleh karena itu, perlu untuk membatasi penggunaan hutang dan akan lebih baik bagi bisnis untuk menggunakan keuangan internal daripada eksternal. Dan manajemen lebih memanfaatkan pendanaan, besar kecilnya *Leverage* tidak ada hubungannya dengan nilai perusahaan

atau dengan kata lain *Leverage* tidak dapat dikelola untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semakin banyak hutang yang harus ditanggung perusahaan, semakin tinggi pula beban yang ditanggung perusahaan, seperti biaya kebangkrutan, biaya keagenan, biaya bunga yang lebih tinggi dan sebagainya. Sehingga ketika laba turun maka pemegang saham menanggung semua kerugian.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Aditya et al., 2021) *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Dan pada penelitian (Christiaan, 2022) *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Analisis Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **hipotesis kedua (H2) ditolak**.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Rudangga & Sudiarta, 2016). Dari hasil pengujian, diperoleh hasil penelitian yaitu tingginya nilai ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan yang rendah. Hasil ini menunjukkan ukuran perusahaan yang tinggi justru menurunkan nilai perusahaan dan kemungkinan akan mengalami masalah semakin kompleks, yang bisa menurunkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ataupun rendah ukuran perusahaan cenderung tidak akan meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Tiap perusahaan memiliki

ukuran perusahaan dan pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaannya. Besar kecilnya perusahaan ditentukan dengan total aset yang dimiliki.

Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka manajemen akan lebih bebas dalam menggunakan aset tersebut, tapi belum tentu bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum tentu berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi atau perluasan, sebelum kewajiban (hutang) sudah terlunasi, disisi lain dalam menanamkan modal investor tidak hanya memandang ukuran perusahaan akan tetap investor masih banyak mempertimbangkan faktor-faktor lain nya yang menjadi pertimbangan investor dalam menyalurkan dananya. Namun apabila aset tidak dimanfaatkan secara efektif maka akan menimbulkan penimbunan aset yang disebabkan karena adanya perputaran dari aset perusahaan yang semakin lama dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Ukuran bukanlah pertimbangan utama bagi investor untuk berinvestasi. Keputusan investor untuk membeli saham tidak hanya didasarkan pada seberapa aktiva yang dimiliki perusahaan, namun juga dari sisi manajemen perusahaan, laporan keuangan, reputasi dan kebijakan dividen perusahaan. Hasil penelitian ini tidak memberi sinyal bagi investor karena besarnya total aset belum bisa menjadi tolak ukur suatu perusahaan untuk memberi keyakinan kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya, sehingga ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fajri et al., 2023) dan (Rudangga & Sudiarta, 2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian (Yulimtinan & Atiningsih, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Analisis Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* yang dimoderasi profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga **hipotesis ketiga (H3) ditolak**.

Berdasarkan pengujian penelitian ini peran profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti dengan adanya tambahan variable profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba tidak dapat mempengaruhi *Leverage* dalam meningkatkan nilai perusahaan, dan usaha yang sangat menyakinkan dan membuat harga saham perusahaan naik. Dalam hal ini *Leverage* dapat dikatakan, tinggi rendahnya nilai *Leverage* dengan adanya kemampuan memperoleh laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena adanya risiko dan biaya yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Namun pada tingkat tertentu tingkat penggunaan hutang yang tinggi mampu memberikan manfaat yang bagus bagi suatu perusahaan karena produksi dapat mengalami peningkatan sehingga laba juga mengalami peningkatan. Dan dapat pengurangan bunga hutang dari pajak.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Dewi & Abudanti, 2019) dan (Khotimah et al., 2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Christiaan, 2022) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel yang dimoderasi.

Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dimoderasi profitabilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **hipotesis keenam (H4) diterima**.

Berdasarkan pengujian bisa ditarik kesimpulan bahwa peran profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan nilai perusahaan melalui keuntungan yang diperoleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya dapat melakukan ekspansi (memperluas) pasar. Dan menunjukkan keberhasilan dalam mengembangkan bisnis, keamanan dalam menjalankan perusahaan serta memiliki prospek yang baik. Sehingga membuat investor tertarik untuk ikut berinvestasi pada perusahaan tersebut. Meningkatnya keuntungan perusahaan membuat nilai perusahaan juga ikut naik karena prospek usaha yang sangat menyakinkan dan membuat harga saham perusahaan naik. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba, mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (S. S. Harahap, 2016) dan (Octaviany et al., 2019) yang mengatakan profitabilitas

mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobins' Q. Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan LnAsset tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobins' Q. Ukuran perusahaan yang tinggi justru menurunkan nilai perusahaan dan kemungkinan akan mengalami masalah semakin kompleks, yang bisa menurunkan nilai perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memoderasi dan memperlemah pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Tinggi rendahnya nilai *Leverage* dengan adanya kemampuan memperoleh laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena adanya risiko dan biaya yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Profitabilitas dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan nilai perusahaan melalui keuntungan yang diperoleh perusahaan, meningkatnya keuntungan perusahaan membuat nilai perusahaan juga akan ikut naik.

Peneliti menyarankan agar pihak manajemen lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk berhutang dan penggunaan modal sendiri. Perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan kinerjanya dengan memanfaatkan asset yang dapat digunakan secara efektif untuk kegiatan operasinya, mengurangi asset menganggur yang dimiliki, menyewakan asset yang tidak digunakan atau menjual

menjual asetnya. Perusahaan juga dapat mengoptimalkan penjualan dengan cara mengelola persediaan dengan lebih efektif untuk mengurangi biaya penyimpanan. Melakukan efisiensi operasional, strategi pertumbuhan yang berkelanjutan, inovasi dan melakukan ekspansi pasar. Sedangkan bagi investor, dalam pengambilan keputusan untuk membeli atau menjual saham ataupun untuk berinvestasi, investor dapat melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan dengan menganalisis semua rasio keuangan. Dan bagi peneliti selanjutnya, dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan variable independen seperti kepemilikan manajerial, peluang investasi, kebijakan dividen, kepemilikan kelembagaan, rasio aktivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I., Hasanah, N., Mardi, & Armeliza, D. (2021). Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 16(2), 124–152.
<https://doi.org/10.21009/wahana.16.021>
- Ahyuni, D. T., Albra, W., Razif, & Ikhyannuddin. (2022). Pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas* Dan *Struktur Modal* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. 1(2), 175–189.
<https://doi.org/10.29103/jam.v1i2>
- Akinlo, O., & Asaolu, T. (2012). *Profitability and Leverage: Evidence From Nigerian Firms*. 6(1), 17–25.
- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Prenadamedia Group.
- Arini, G. F. (2022). Pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020) [Widyatama University].
<https://repository.widyatama.ac.id/items/56851746-91e6-4fe3-9cf0-b0d7918a9df8>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan Edisi 14*. Salemba Empat.
- Christiaan, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi). *AkMen Jurnal Ilmiah*, 19(1), 37–50.
<https://doi.org/10.37476/akmen.v19i1.2439>
- Dewi, N. P. I. K., & Abudanti, N. (2019). Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. 8(5), 3028–3056.
- Fadjar, A., Nugraha, A. P., & Sarifudin, D. (2021). Turkish Journal of Computer and Mathematics Education Vol . 12 No . 11 (2021), 1442-1453 Research Article The Effect Of Dividend Policy (Dpr) And Debt To Equity Ratio On Company Value (Pbv) In The Consumer Non-Cyclicals Sector Companies That Registe. *Turkis Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(11), 1442–1453.

- Fajri, S., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2023). *Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening*. Vol 2, No.
- Farid, D. M., & Akhmadi. (2023). *Peran Mediasi Profitabilitas: Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Leverage Sebagai Variabel Kontrol* Sultan, U., Tirtayasa, A., & Serang, K. (2023). 11(2), 118–130.
- Febriani, R. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 216–245. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i2.943>
- Greene, W. H. (2007). *Econometric Analysis*. Prentice Hall.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Harahap, R. M., Halim, E. H., & Indrawati, N. (2022). Analisis Pengaruh Laverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040>
- Harahap, S. S. (2016). *Analitis Krisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE.
- Hertina, D., Hendayana, Y., Ichsani, S., Wijaya, J. H., Fatihat, G., Hendianto, R. S., & Pratiwi, L. N. (2023). *Analysis of liquidity ratios and leverage ratios on profitability ratios of finance companies listed on the indonesian stock exchange*. 7, 1115–1125.
- Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan - Integrated And Comprehensive*. PT. Grasindo.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Huang, K., & Shang, C. (2019). *Leverage, Debt Maturity, and Social Capital*. *Forthcoming, Journal of Corporate Finance*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.11.001>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Pertama Cetakan Kedua Belas*. PT Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*.
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Prakoso, S. T., Khasanah, A. U., Danuri, A., Insani, K. A., & Yuniarti, U. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kinerja Ritel Pada Sampoerna Retail Community di Soloraya. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*12, 3(1), 12–24.
- Riyanti, Z. D., Suwaidi, R. A., Manajemen, P. S., & Bisnis, F. E.

- (2023). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Analisis Nilai Perusahaan Ritel Di Bursa Efek Indonesia Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 5, 2789–2803.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3648>
- Rudangga, G. N. G. I., & Sudiarta, M. G. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Sari, I. P., & Ayu, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010 – 2014. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, V(3), 46–59.
<https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1582>
- Soge, M. S. N., & Brata, I. O. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1767–1788.
<https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss2.2020.625>
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta : Deepublish (CV. Budi Utama).
- Susanti, N., Latifa, I., & Sunarsi, D. (2020). The Effects of Profitability, *Leverage*, and Liquidity on Financial Distress on Retail Companies Listed on Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 45.
<https://doi.org/10.26858/jiap.v10i1.13568>
- Tobin, P. J. (1967). Tobin’s Q Ratio As An Indicator of the valuation of the company. *Journal of Financial Economics*, Vol LIII, No.3: June, Pp. 287 – 298.
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). *Leverage Ukura Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. 6(1). (diakses pada 30 Januari 2024).
- Zoraya, I., Afandy, C., Nurazi, R., & Herlina, N. (2023). Likuiditas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dimediasi profitabilitas : jurnal ilmiah manajemen dan bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 1–25.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis>