

COMPANY SIZE, PROFITABILITY, LEVERAGE, LIQUIDITY, AND COMPANY GROWTH ON FIRM VALUE

UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nia Dwi Susanti¹, Eny Kusumawati^{2*}
Universitas Muhammdiyah Surakarta^{1,2}
b200200098@student.ums.ac.id¹, ek108@ums.ac.id^{2*}

ABSTRACT

Company value is investors' perception of a company and is often linked to share prices. In other words, the higher the share price, the higher the company value. Company value is important because it reflects the rate of return on capital for investors. This research aimed to analyze the effect of company size, profitability, leverage, liquidity, and company growth toward company value in non-financial companies on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2022. The sampling technique used in this research is purposive sampling. A total of 747 companies have met the criteria as observation units. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The research results provide empirical evidence that company size and profitability affect the company value. Meanwhile, leverage, liquidity and company growth do not affect on company value.

Keywords: *company value, profitability, liquidity, company growth*

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan dan seringkali dikaitkan dengan harga saham. Dengan kata lain, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Nilai perusahaan penting karena mencerminkan tingkat pengembalian modal bagi investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling. Sebanyak 747 perusahaan telah memenuhi kriteria sebagai unit observasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi global saat ini telah mengalami perubahan dan perkembangan yang menyebabkan persaingan antar perusahaan. Untuk menjaga perusahaannya agar tetap bertahan, setiap perusahaan pasti memiliki kekuatan atau keunggulan yang bisa menjadi daya saing. Selain itu, perusahaan memiliki kewajiban untuk menggunakan semua peluang yang dihasilkan dari strategi perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai.

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu perusahaan yang maju dan menaikkan nilai perusahaan serta

mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga jual sahamnya, karena investor dapat menilai apakah perusahaan tersebut memperoleh laba yang besar atau tidak dari tingginya harga saham tersebut.

Perusahaan yang mampu mencapai tujuannya menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi kesejahteraan pemegang saham. *Enterprise value* atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan)

merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Nilai perusahaan sebagai salah satu ukuran yang digunakan oleh investor untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Pendapat investor terkait nilai perusahaan berkaitan dengan fluktuasi harga saham. Besar kecilnya nilai perusahaan dapat digambarkan dengan kenaikan harga saham dari perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sangat penting karena menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan, sehingga setiap pemilik perusahaan akan berusaha menunjukkan kinerja yang baik agar calon investor tertarik dan menanamkan modal pada perusahaannya (Natalie & Lisiantara, 2022).

Persaingan dalam dunia perbisnisan menjadi hal yang biasa terjadi. Hal ini membuat perusahaan lebih menjaga kestabilan atau peningkatan pada produk atau jasa yang dimilikinya. Kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan harga saham perusahaan, hal ini sebagai wujud apresiasi investor terhadap perusahaan karena dapat meningkatkan kinerja perusahaannya.

PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM) sebagai contoh perusahaan yang memiliki peningkatan kinerja perusahaan di setiap tahunnya karena keberhasilannya dalam bersaing. Emiten berkode saham TLKM ini mencatat laba bersih pada tahun 2022 sebesar Rp13,31 triliun meningkat 7% dari tahun sebelumnya. Keberhasilan peningkatan penjualan yang dilakukan TLKM dapat meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan. (www.cnbcindonesia.com)

Meningkatnya harga saham sebuah perusahaan dapat meningkatkan

kemampuan bersaingnya, hal ini dikarenakan timbulnya rasa kepercayaan masyarakat pada perusahaan tersebut dalam memanfaatkan sumber daya dengan optimal untuk bertahan di masa yang akan datang. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, peneliti memfokuskan pada lima variabel yaitu: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori agensi adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pemegang saham sebagai pemilik perusahaan (*principle*) dengan manajer sebagai pengelola perusahaan (*agent*). Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan menjelaskan hubungan keagenan dalam teori keagenan, perusahaan merupakan sekumpulan kontrak (hubungan antar kontrak) antara pemilik sumber daya ekonomi (kepala) dan manajer (agen) mengatur penggunaan dan pengendalian sumber daya ini.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Spence (1973) sinyal yang ditransmisikan di pasar tenaga kerja berkaitan dengan indikator ekonomi sebagai model dan fungsi sinyal. Adanya sinyal atau indikasi yang menyatakan manajemen (pihak internal) berusaha memberikan informasi yang relevan tentang apa yang telah dilakukan manajemen. Sinyal ini dapat menjadi pertimbangan investor dalam menentukan perusahaan yang berkinerja baik (Sahara et al., 2022).

Nilai Perusahaan

Kebijakan yang diambil oleh manajemen sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin

pada harga saham. Nilai perusahaan dianggap sebagai kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melewati suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan itu didirikan sampai dengan saat ini (Irnawati et al., 2022).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Respon yang baik dari investor inilah yang akan menentukan prospek yang baik, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan sebagai skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar ataupun perusahaan kecil menurut berbagai cara seperti total aset, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, atau jumlah penjualan (Apriantini et al., 2022). Besarnya ukuran perusahaan menjadi salah satu tolak ukur investor dalam menentukan nilai perusahaan.

Semakin besar ukuran atau skala perusahaan, maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber dana baik yang bersifat internal atau eksternal. Nilai aset yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank juga lebih tinggi sehingga untuk mendapat pinjaman dari kreditur akan lebih mudah. Kemudahan dalam mendapat pinjaman dan mampu mengelola dana perusahaan inilah yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Bambu et al., (2022), Sembiring et al., (2023) dan Ferdila et al., (2023) memberikan bukti empiris

bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur yang digunakan manajer atau investor untuk mengevaluasi kinerja suatu perusahaan. Manajer melihat profitabilitas dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada investor mengenai efisiensi perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari investasinya. Profitabilitas yang tinggi akan terasa aman atas keuntungan dapat diharapkan oleh para investor sehingga mampu menilai prospek perusahaan kedepannya.

Semakin meningkatnya profitabilitas menunjukkan kinerja perusahaan baik. Sehingga para investor tertarik meningkatkan permintaan saham. Semakin banyak investor yang tertarik membeli saham maka semakin tinggi pula harga sahamnya. Semakin naik pertumbuhan profitnya akan semakin baik juga prospek perusahaan dikemudian harinya, sehingga dapat dikatakan profitabilitas mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal, jika suatu perusahaan mempunyai informasi yang baik maka akan memberikan sinyal yang baik sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Citra et al., 2020). Apabila rasio profitabilitas meningkat akan meningkatkan kepercayaan prospek perusahaan di masa depan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Nugraha et al., (2021), Imronudin et al., (2023), Wulandari et

al., (2021) dan Dhani & Utama, (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi laba maka semakin besar pula permintaan saham yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Leverage menggambarkan seberapa besar atau kecil jumlahnya utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi risikonya. Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan lebih banyak dibiayai oleh utang, sehingga risiko terhadap pemegang saham semakin tinggi. Hal ini yang akan menjadi dasar investor dalam menilai perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan besar maka banyak investor yang akan menanamkan modalnya. Meski risikonya tinggi, investor tetap mempercayai perusahaan tersebut. *Leverage* yang tinggi berarti utang yang tinggi, utang ini dijadikan modal untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat menumbuhkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan bahwa kenaikan harga saham sebagai respons terhadap peningkatan *leverage*, hal ini berarti perusahaan dapat membayar ekuitas utangnya dengan baik yang secara tidak langsung memberi sinyal kepada pasar. Ketika seorang investor melihat suatu perusahaan yang memiliki aset yang tinggi serta risiko *leverage* yang tinggi, maka investor akan berpikir

dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Jika dikaitkan dengan teori sinyal, hal tersebut dapat memberikan sinyal buruk kepada investor dalam menentukan nilai perusahaan (Chairunesia & Buana, 2022).

Penelitian Tamba et al., (2020), Vaulia Puspita & Yuliari, (2019), Jara Hardiyanti Jalih, (2022) dan Natalie & Lisiantara, (2022) memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi *leverage*, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Rasio likuiditas merupakan rasio yang diperlukan dalam menganalisis laporan keuangan perusahaan, karena rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang harus segera dipenuhi perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang baik dianggap berkinerja baik oleh investor, sehingga dapat menjadi daya tarik dan meningkatkan nilai perusahaan (Natalie & Lisiantara, 2022).

Likuiditas memegang peranan penting dalam keberhasilan perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang baik investor mempertimbangkan *return* yang baik. Jika suatu perusahaan mempunyai kemampuan membayar kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut likuid. Untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, perusahaan harus mempunyai cukup aset lancar lainnya yang juga dapat dengan cepat ditukar atau dikonversi menjadi uang tunai.

Perusahaan akan mengupayakan kondisi likuidnya agar tidak menurunkan nilai perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal, jika kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tinggi berarti tingkat hubungannya juga tinggi. Selain itu, rasio likuiditas yang tinggi juga dapat dilihat dari adanya sumber daya keuangan perusahaan yang digunakan untuk menjalankan kegiatan inti perusahaan dan membayar dividen. Sinyal positif dari pemegang saham datang ketika likuiditas perusahaan sedang tinggi, karena investor percaya bahwa kinerja perusahaan cukup baik untuk menaikkan harga saham yang diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (I Septriana, 2019).

Likuiditas yang rendah maka dapat dikatakan perusahaan tidak mempunyai modal untuk membayar utang, dan jika hasil pengukuran rasio likuiditas tinggi belum tentu berarti perusahaan tersebut mempunyai modal yang cukup untuk membayar utang. Likuiditas erat kaitannya dengan nilai perusahaan, semakin tinggi likuiditasnya maka semakin tinggi juga nilai perusahaan terlihat melalui harga sahamnya (Tamba et al., 2020).

Penelitian (Natalie & Lisiantara, 2022), (Dian Lestari et al., 2021), dan (Chairunesia & Buana, 2022) memberikan bukti empiris bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas suatu perusahaan, maka akan menaikkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, rumusan hipotesis keempat:

H₄: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan suatu perusahaan dilihat dari perubahan seluruh kekayaan perusahaan, karena perubahan kekayaan

perusahaan baik berupa penurunan maupun kenaikan dapat menentukan tumbuh atau tidaknya suatu perusahaan. Jika perusahaan mampu mengembangkan penjualannya maka diperkirakan kinerja perusahaan juga akan meningkat, sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan nilai perusahaan dari pihak eksternal terhadap perusahaan.

Berdasarkan sudut pandang investor, pertumbuhan perusahaan yang baik seharusnya menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi atas investasi yang dilakukan. Investor yang mendapat informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang tercermin dari pertumbuhan perusahaan mendapat respon yang sangat baik dari pasar, sehingga dapat meningkatkan harga saham atau mencerminkan pertumbuhan nilai perusahaan.

Jika perusahaan berhasil meningkatkan penjualannya, diperkirakan laba operasional dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Besarnya persentase pertumbuhan penjualan menjadi dasar dikatakannya sehat suatu perusahaan. Bertumbuhnya perusahaan dapat diukur, salah satunya adalah dengan melihat perubahan total penjualan yang didapat dari selisih antara total penjualan perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan yang terjadi akan menjadi salah satu pendukung naiknya nilai perusahaan (Irnawati et al., 2022).

Penelitian (Irnawati et al., 2022) (Dewi & Candradewi, 2018) (Bambu et al., 2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Saat perusahaan fokus pada pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan menggunakan seluruh dananya untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut dan tidak memperhatikan

kesejahteraan pemegang saham. Saat hal tersebut terjadi maka dampaknya adalah turunnya nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis kelima penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Sahara et al., 2022). Kebaruan penelitian, ini yang pertama adalah adanya penambahan dua variabel independen yaitu likuiditas dan pertumbuhan perusahaan. Likuiditas ditambahkan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan untuk memenuhi liabilitas jangka pendeknya. Sedangkan pertumbuhan perusahaan ditambahkan untuk menganalisis bagaimana kondisi pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kebaruan kedua, penelitian ini memperluas lingkup observasi pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun penelitian 2020-2022.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa dokumentasi hasil laporan keuangan yang diperoleh melalui www.idx.co.id. Penelitian ini akan dibuktikan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis statistik dengan analisis regresi linier berganda dibantu menggunakan aplikasi SPSS.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa laporan keuangan. Sampel adalah bagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Pengukuran setiap variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah, sebagai berikut:

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sumber Referensi
Variabel Dependen		
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	(Thomas, 2008)
Varabel Independen		
Ukuran Perusahaan	$UP = \ln(\text{Total Aset})$	(Sahara et al., 2022).
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	(Kusumawati et al., 2018)
Leverage	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	(Linawaty & Ekadjaja, 2017)
Likuiditas	$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$	(Kasmir, 2019):
Pertumbuhan Perusahaan	$\text{Sales Growth} = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_t}$	(Wulandari et al., 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perolehan Data

Hasil pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan sebagai berikut:

Tabel 2. Data Sampling

Kriteria	Jumlah
Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022	608
Perusahaan non keuangan yang tidak menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2020-2022	(50)
Perusahaan non keuangan yang mengalami kerugian selama periode pengamatan 2020-2022	(295)
Perusahaan non keuangan yang tidak menyediakan data sebagai analisis setiap variabel selama periode pengamatan 2020-2022	(14)
Sampel yang memenuhi kriteria selama satu tahun	249
Total unit analisis selama tiga tahun	747
Outlier	(168)
Total unit analisis selama tiga tahun yang diolah	579

Analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.Dev
Nilai Perusahaan	579	0,055	3,171	1,041	0,622
Ukuran Perusahaan	579	13,963	35,939	27,321	3,801
Profitabilitas	579	0,000	0,471	0,607	0,057
Leverage	579	0,002	6,769	0,876	0,881
Likuiditas	579	0,193	492,408	5,918	32,996
Pertumbuhan Perusahaan	579	-0,771	3,401	0,128	0,381

Berdasarkan tabel 3 hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah data yang dianalisis dalam penelitian ini selama kurun waktu 2020-2022 sebanyak 579 unit analisis. Nilai perusahaan diproksikan dengan PBV mempunyai rata-rata sebesar 0,662. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan non keuangan selama periode 2020-2022 mempunyai harga pasar per lembar saham diperdagangkan sebesar 1,041 kali dari nilai bukunya.

Ukuran perusahaan diproksikan dengan Ln (Total Assets) memiliki nilai rata-rata sebesar 27,321, yang berarti rata-rata ukuran perusahaan berdasarkan total aset sebesar Rp17.237.337.415.107. Profitabilitas diproksikan dengan ROA memiliki nilai rata-rata sebesar 0,607 diinterpretasikan setiap satu rupiah total asetnya mampu mendatangkan laba bersih setelah pajak sebesar 0,607 rupiah.

Leverage diproksikan dengan DER sebesar 0,876 diinterpretasikan setiap 0,876 rupiah liabilitasnya dijamin atau ditanggung oleh satu rupiah ekuitas perusahaan atau kreditur menyediakan pendanaan perusahaan sebesar 0,876 rupiah untuk setiap satu rupiah ekuitas.

Likuiditas diproksikan dengan CR mempunyai rata-rata rata-rata sebesar 5,918. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan non-keuangan periode 2020-2022 memiliki tingkat likuiditas yang sehat dan memiliki kemampuan yang baik untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset yang tersedia.

Pertumbuhan perusahaan yang diproksikan dengan *sales growth* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,128. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan non-keuangan periode 2020-2022 mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 12,8%.

Hasil Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 menghasilkan data sebagaimana terlihat pada Tabel 2.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

Model	Coeff.	t	Sig
(Constant)	0,274	1,551	0,121
Ukuran Perusahaan	0,016	2,675	0,008
Profitabilitas	5,117	11,666	0,000
Leverage	0,029	1,032	0,302
Likuiditas	-0,001	-0,945	0,351
Pertumbuhan Perusahaan	-0,098	-1,555	0,120
F	30,099		,000 ^b
Adjusted R Square			0,201

Berdasarkan tabel 4 persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut: $NP = 0,274 + 0,016UP + 5,117PR + 0,029LV - 0,001LIK - 0,098PP + e$

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji simultan F menunjukkan besar nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda sudah memenuhi syarat mempunyai fit model regression.

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,201 atau 20,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 0,201 atau 20,1% sedangkan sisanya adalah sebesar 79,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Pembahasan Penelitian Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan diyakini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan oleh total aset perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berkembang dan tumbuh dengan mantap sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aset yang semakin tinggi. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan memicu peningkatan harga saham di pasar modal yang menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai perusahaan yang lebih besar.

Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan memberikan sinyal positif sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang tinggi dan terus berkembang menggambarkan besarnya tingkat keuntungan di masa depan, hal ini menjadi salah satu pendukung meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sahara et al., 2022), (Sembiring et al., 2023), (Nugraha et al., 2021) dan (Jara Hardiyanti Jalih, 2022) yang memberikan simpulan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pendapatan yang tinggi merupakan bukti kinerja perusahaan yang efisien dan produktif. Investor lebih memilih berinvestasi pada perusahaan yang menguntungkan dan menghasilkan keuntungan yang tinggi. Perusahaan semakin berkembang dan menghasilkan pendapatan yang tinggi, sehingga berdampak pada peningkatan margin keuntungan perusahaan sebagai tolak ukur tingginya nilai perusahaan.

Perusahaan yang secara konsisten menghasilkan keuntungan akan menarik investor untuk menginvestasikan uangnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang profitabilitasnya meningkat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam kondisi yang baik dan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Untuk memungkinkan investor dan pemegang saham berinvestasi di perusahaan dengan lebih aman. Persepsi yang positif atas prospek perusahaan di masa depan pada perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Jika suatu profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka hal ini akan menyebabkan tingginya nilai perusahaan dan dapat menyakinkan investor untuk berinvestasi pada Perusahaan tersebut. Profitabilitas yang tinggi menandakan pengelolaan yang baik terhadap kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba dalam setiap periodenya. Semakin besar tingkat pengembalian atas modal sendiri, maka akan mendorong peningkatan harga saham sehingga diharapkan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian (Tamba et al., 2020), (Sahara et al., 2022), (Dian Lestari et al., 2021)

dan (Chairunesia & Buana, 2022) yang memberikan simpulan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya jika suatu perusahaan menambah atau mengurangi sumber pembiayaannya maka tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Investor kurang memperhatikan besar kecilnya utang perusahaan, karena investor lebih tertarik pada bagaimana manajemen perusahaan menggunakan dana tersebut secara efisien dan efektif untuk mencapai nilai tambah terhadap nilai perusahaan.

Leverage ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat leverage rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Namun hal tersebut bukan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh investor dalam menanamkan modal pada perusahaan, karena investor berharap bahwa berinvestasi untuk mendapatkan return. Investor hanya melihat return yang diperoleh tanpa melihat besar kecilnya utang, sehingga leverage tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Penggunaan utang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima oleh perusahaan karena tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan. Penggunaan hutang harus dibatasi, lebih baik jika 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

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian (Apriantini et al., 2022), (Dian Lestari et al., 2021) dan (Chairunesia & Buana, 2022) yang memberikan simpulan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Rasio likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, investor tidak memperhatikan faktor likuiditas yang diwakili oleh rasio lancar perusahaan. Likuiditas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang berkaitan dengan kondisi internal suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Investor lebih menekankan pada indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjang.

Selain itu, investor tidak mempermasalahkan besar atau kecilnya current rasio karena mereka fokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan mengelola sumber pendanaannya. Sebagaimana diketahui, nilai perusahaan tidak didasarkan pada kemampuan perusahaan membayar utangnya, melainkan pada bagaimana perusahaan menggunakan aset, modal, dan penjualannya untuk menghasilkan keuntungan yang mencerminkan nilai perusahaan yang diukur dari harga sahamnya.

Jika *current ratio* suatu perusahaan rendah dapat diasumsikan bahwa suatu perusahaan kekurangan dana untuk melunasi utangnya, namun jika *current ratio* ini tinggi tidak menjamin kondisi perusahaan sedang

baik, hal ini terjadi karena kas tidak digunakan dengan sebaik mungkin. Kondisi likuiditas suatu perusahaan tidak menentukan nilai perusahaan.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian (Tamba et al., 2020) dan (Apriantini et al., 2022) yang memberikan simpulan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dimungkinkan karena kenaikan pertumbuhan penjualan perusahaan tidak diikuti kenaikan laba bersih perusahaan. Salah satu penyebabnya karena meningkatnya biaya operasional serta pajak yang harus dibayarkan tinggi.

Tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak dapat memberi kepastian dalam penilaian perusahaan untuk investor. Jadi meskipun pertumbuhan penjualan meningkat belum tentu laba bersihnya juga meningkat. Jika pertumbuhan penjualannya meningkat tidak selalu disertai dengan kenaikan harga saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Peningkatan jumlah aset perusahaan yang menjadi tolak ukur pertumbuhan perusahaan tidak menjadi jaminan bahwa perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Tingginya tingkat pertumbuhan perusahaan menyebabkan kebutuhan dana menjadi semakin meningkat dan semakin tinggi biaya yang diperlukan untuk investasi. Maka semakin sedikit dana yang tersedia untuk dibagikan kepada pemegang saham. Oleh karena itu, tingkat pertumbuhan yang tinggi tidak akan mempengaruhi kepercayaan investor

sehingga tidak akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian (Imronudin et al., 2023), (Tamba et al., 2020) dan (Wulandari et al., 2021) yang memberikan simpulan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana semakin besar ukuran perusahaan dan semakin tinggi rasio profitabilitas, maka nilai perusahaan cenderung lebih tinggi. Namun, perubahan dalam leverage dan likuiditas tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa tingkat leverage atau likuiditas perusahaan tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, tidak ada hubungan yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan dengan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan penjualan penting untuk kinerja jangka panjang, namun secara langsung tidak berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dalam konteks studi ini.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: penelitian hanya melibatkan perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2022, periode penelitian yang pendek hanya tiga tahun, dan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan variabel dependen hanya menjelaskan sebagian kecil variasi dari variabel independen.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut: penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian ke semua perusahaan, baik non keuangan maupun keuangan, untuk meningkatkan generalisasi hasil. Peneliti juga disarankan untuk memperpanjang periode penelitian, misalnya hingga lima atau tujuh tahun, untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif dan akurat. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *good corporate governance*, struktur modal, komite audit, dan kepemilikan manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 190–201.
- Bairizki, A., Agusfianto, N. P., Herawati, N., Fariantin, E., Khotmi, H., Maqsudi, A., Murjana, I. M., Rachmawati, T., & others. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Seval Literindo Kreasi. <https://books.google.co.id/books?id=Re6cEAAAQBAJ>
- Bambu, S., Rate, P. Van, & Sumarauw, J. S. . (2022). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Konstruksi Bangunan di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 985. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43463>
- Chairunesia, Wieta, & Buana, U. M. (2022). *The Influence of Liquidity, Leverage, Profitability, and Activities on Company Value (Empirical Study on Automotive and Component Sub-Sector Companies on the Indonesia Stock Exchange 2015-2020)*. August, 102–108. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Citra, Hardi., Felicia, L., Janlie, Y., Rosniar, R., & Malau, Y. N. (2020). *Pengaruh Leverage, Working Capital Turnover, Kebijakan Dividen, dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Owner*, 4(1), 81. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.179>
- Dewi, Made. Ayu. P., & Candradewi, M. R. (2018). *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4385–4416.
- Dian Lestari, M., Ermawati, E., & Widya Gama Lumajang, I. (2021). *Pengaruh Leverage, Size dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Journal of Accounting*, 4(2), 135–141. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jra%7C135>
- Erfan Effendi, & Ridho Dani Ulhaq, (2021). *Pengaruh Audit Tenur, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Komite Audit*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=o3Y-EAAAQBAJ>
- Ginting, G. (2021). *Investasi dan Struktur Modal*. CV. Azka pustaka.

- <https://books.google.co.id/books?id=ptBYEAAAQBAJ>
- Gitman, L. (1985). *Principles of Managerial Finance* (pp. 73–74). Harper Collins Publisher.
- I Septriana, H. M. (2019). *Pengaruh Likuiditas, Firm Size, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI Periode 2013 - 2017)*. *Jurnal Akuntansi Indonesia*. Septriana, I., & Mahaeswari, H. F. (2019). Pengaruh likuiditas, firm size, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 8(2), 109-123.
- Imronudin, I., Waskito, J., Cantika, I. B., & Sofiardhani, G. (2023). *The Effect of Liquidity and Capital Structure to Increase Firm Value Through Increasing Financial Performance*. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(3), 345–354. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v7i3.22174>
- Irnawati, J., Febriana, H., & Asmita, D. Y. (2022). *Pengaruh Debt To Equity Ratio dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan*. *Owner*, 7(1), 470–478. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1216>
- Jara Hardiyanti Jalih. (2022). *The Influence of Return on Equity, Company Size, and Institutional Ownership on Company Value*. *EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies*, February, 26–30. <https://doi.org/10.36713/epra9545>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan Keduabelas (ed.); Pertama). PT Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, U., Aisyah, S., Rismayani, G., Latif, A., Ridhawati, R., Zawitri, S., Yudianto, I., Hanani, T., Seto, A. A., Sohilauw, M. I., & others. (2023). *Analisis Laporan Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi. https://books.google.co.id/books?id=S6q_EAAAQBAJ
- Kusumawati, Eny; Rina. Trisnawati. Fatchan. Achyani. (2018). *Analisis Laporan Keuangan: (Tinjauan Kasus dan Riset Empiris)*. Muhammadiyah University Press.
- Kusumawati, Eny. (2018). *Determinan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*. Seminar Nasional Dan The 5th Call For Syariah Paper, 784(2460), 01–02.
- Linawaty, L., & Ekadjaja, A. (2017). *Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial dan Arus Kas Bebas Sebagai Variabel Pemoderasi*. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 164–176. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.189>
- Nagian Toni., & Silvia, S. A. M. M. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=oNcrEAAAQBAJ>
- Natalie, Vanesha., & Lisiantara, G. A. (2022). *Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan*. *Owner*, 6(4), 4175–4186. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1057>
- Ningrum, Endah. Prawesti. (2022). *Nilai Perusahaan : Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Adab.

- <https://books.google.co.id/books?id=eGBZEAAAQBAJ>
- Nomor, V., Juli, B., Mukaromah, F., & Futaqi, F. A. (2023). *Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Kinerja*. 6, 73–83.
<https://doi.org/10.26858/jekpend.v6i2.47758>
- Nugraha, N. M., Susanti, N., & Rhamadan Setiawan, M. (2021). *Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Owner*, 5(1), 208–218.
<https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.383>
- Olandari Mulyadi, Dodi Suryadi, Desi Permata Sari, & Putri Intan Permata Sari, (2022). *Manajemen Keuangan Lanjutan (Teori Case Study dan Problem Solving)*. CV. Mitra Cendekia Media.
<https://books.google.co.id/books?id=UI6Teaaaqbaj>
- Sahara, Hersintha., Titisari, K. H., & Siddi, P. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Leverage dan Kepemilikan Institutional Terhadap Nilai Perusahaan*. *Owner*, 6(1), 322–335.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.580>
- Sembiring, A. D., Damanik, R. L., & Fernando, P. (2023). *Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Hutang, Ukuran Perusahaan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Minyak dan Gas Bumi*. 7, 3232–3242.
- Seto, Agung. Anggoro., Latif, Imam. Nazarudin., Sari, Ovi. Hamidah., Mareta, Sigit., Susiang, Maria. Imelda. Novita., Indrawati, A., Purwatmini, N., & others. (2023). *Manajemen Keuangan dan Bisnis (Teori dan Implementasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=DVYvEAAAQBAJ>
- Silvia Indrarini, M. M. A., & Pustaka, S. M. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka.
<https://books.google.co.id/books?id=4wTFDwAAQBAJ>
- Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. B. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017*. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 485.
<https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.294>
- Thomas, J. W. dan F. (2008). *Manajemen Keuangan*. Binarupa Aksara Publisher.
- Vaulia Puspita, N., & Yuliari, K. (2019). *The Influence of Financial Leverage and Firm Size on the Company Value (A Study on Telecommunication Company BEI Listed in 2014-2018)*. 383(Icss), 531–535.
<https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.37>
- Wulandari, Bayu., Albert, A., Harianto, F., & Sovi, S. (2021). *Pengaruh DER, ROE, SG, NPM, CR, DPR terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di BEI*. *Owner*, 5(1), 96–106.
<https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.326>