

PENGARUH LEVERAGE, SIZE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Mia Dian Lestari¹, Sochib², Emmy Ermawati³

ITB Widya Gama Lumajang¹

ITB Widya Gama Lumajang²

ITB Widya Gama Lumajang³

Email: miadian98@gmail.com¹ sochib.ak@gmail.com² emmy.ermawati01@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 4

Nomor 2

Bulan Desember

Tahun 2021

Halaman 135-141

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, size dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 27 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel leverage dan variabel size tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai R square menunjukkan 68,4% nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh variabel leverage, size dan profitabilitas sedangkan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kata Kunci : Leverage, Size, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of leverage, size and profitability on firm value in consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research method used is descriptive quantitative method. The sampling technique was carried out using the purposive sampling method and obtained a sample of 27 consumer good industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2016-2018. Analysis of the data used in this study is multiple liner regression. The results showed that leverage and size variables had no significant effect on firm value. But the profitability variable has a significant effect on firm value. R Square value shows 68,4% of the company's value can be influenced by variable leverage, size and profitability while the remaining 31,6% is influenced by other variables not included in the study.

Key Words: Leverage, Size, Profitability and Firm Value.

PENDAHULUAN

Secara umum, tujuan didirikan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal untuk kepentingan stakeholder (Suripto, 2015:1). Adapun stakeholder itu adalah pihak yang berkepentingan dalam perusahaan seperti: karyawan, manajemen, kreditur, supplier, pemerintah, pemegang saham, dan lain-lain. Dengan memperoleh keuntungan perusahaan dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya dan dapat menguntungkan bagi pihak manapun seperti, manajer, pemegang saham, dan karyawan. Kini persaingan antar perusahaan semakin meningkat. Persaingan tak hanya terjadi dalam domestik saja, namun sudah masuk lingkup

internasional. Hal ini mendorong perusahaan untuk menyiapkan strategi terbaik demi kelangsungan perusahaannya.

Salah satu strategi yang diambil adalah dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Karena banyak investor akan atau tidaknya menanamkan modal dengan melihat besarnya nilai perusahaan, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang sudah berkembang lebih memprioritaskan untuk memaksimalkan nilai perusahaan daripada laba. Memaksimalkan nilai perusahaan ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Ketika harga saham pasar dalam sebuah perusahaan meningkat, kemakmuran pemegang saham pun akan meningkat. Dengan demikian, semakin meningkatnya harga saham perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran dari sebuah harga dari perusahaan yang dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut ingin dijual (Husnan dalam Kurniawati et al. (2018).

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan. Dengan banyaknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya. Namun, tidak menutup kemungkinan suatu perusahaan tidak dapat mencapai nilai perusahaan dengan baik. Hal ini dikarenakan ketika terjadi konflik antar kelompok dalam perusahaan. Yang dimaksud dengan konflik antar kelompok atau agency problem adalah konflik yang timbul antara pemilik, karyawan dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan pribadi dibandingkan dengan tujuan perusahaan (Sartono, 2010:10).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain leverage. Leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya (Sartono, 2010:120). Jika dalam perusahaan memiliki leverage yang tinggi, maka akan berdampak akan resiko kerugian yang lebih besar, tetapi juga berkesempatan untuk mendapat laba yang besar juga. Dikatakan resiko kerugian yang besar dikarenakan ketika tingkat leverage dalam sebuah perusahaan tinggi ini mengkhawatirkan karena anggapan kreditur, perusahaan tersebut akan mengalami resiko gagal bayar. Sehingga hal ini akan mempengaruhi perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur. Dampaknya dengan leverage yang tinggi, akan berpengaruh citra sebuah perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati et al. (2018) dan Utama & Lisa (2018) leverage berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat ditentukan melalui ukuran perusahaan atau size. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan membuat para investor percaya untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini memudahkan perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan baik dari pihak internal maupun eksternal. Sehingga ukuran perusahaan ini berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan Kurniawati et al. (2018) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian Eka Indriyani (2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan perusahaan. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan dalam suatu periode, maka investor memiliki tanggapan yang positif terhadap perusahaan tersebut. Laba perusahaan ini bisa diperoleh melalui penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan Utama & Lisa (2018) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sebaliknya penelitian Kurniawati et al. (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan dengan Pengaruh Leverage, Size dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini mengembangkan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Utama & Lisa (2018) berjudul “Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, hasil penelitian menunjukkan secara parsial, baik leverage maupun profitabilitas ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi leverage dan profitabilitas masing-masing, semakin tinggi nilai perusahaan. Dalam penelitian Kurniawati et al. (2018) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016) menunjukkan hasil penelitian variabel profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan sedangkan untuk variabel ukuran perusahaan dan leverage mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka peneliti ingin menguji kembali dan mengangkat masalah ini dengan judul “Pengaruh Leverage, Size dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Objek dalam penelitian ini berupa variabel leverage yang diukur dengan Debt Assets Ratio (DAR), size, profitabilitas yang diukur dengan Return On Equity (ROE) dan nilai perusahaan yang diukur dengan rasio Price Book Value (PBV) pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini, menggunakan jenis data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah dipublikasikan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui IDX (Indonesian Stock Exchange) yang merupakan website (situs) resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) <https://idx.co.id/>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian yaitu tahun 2016-2018. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 57 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode purposive sampling. Dari metode purposive sampling dihasilkan sampel sebanyak 27 perusahaan yang memenuhi kriteria sampelnya, sehingga total pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 81 perusahaan. Langkah analisis data penelitian ini terdiri dari Uji Asumsi Klasik, Model Regresi linier Berganda dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Uji Asumsi Klasik****Uji Normalitas**

Untuk menguji uji normalitas bias juga menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Ketentuan uji ini yaitu jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dan jika sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal. Berikut adalah hasil uji Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 1. Uji Kolmogorov-Smirnov

	<i>Unstandardized Residual</i>	Kesimpulan
N	81	NORMAL
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,086	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	

Sumber: SPSS, Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan Tabel 1 nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya residual menyebar normal dikarenakan nilai sig lebih dari 0,05.

Uji Multikolonieritas**Tabel 2. Uji Multikolonieritas**

Model	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Constant</i>	0,968	NORMAL
DAR	0,854	
Ln (Total Aset)	0,836	

Sumber: SPSS, Data diolah peneliti 2020

Tabel 2 menunjukkan nilai Tolerance dan VIF variabel independen. Nilai Tolerance variabel leverage (DAR) sebesar 0,968, variabel size (Ln total aset) sebesar 0,854 dan variabel profitabilitas (ROE) sebesar 0,836. Dari hasil masing-masing nilai Tolerance tersebut menunjukkan bahwa nilai Tolerance lebih dari 0,10 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas. Sedangkan nilai VIF variabel leverage (DAR) sebesar 1,034, variabel size (Ln total aset) sebesar 1,171 dan variabel profitabilitas (ROE) sebesar 1,196. Masing-masing nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Run Test

<i>Unstandardized Residual</i>	
N	81
Asymp. Sig. (2-tailed)	,057

Sumber: SPS, Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan hasil Run Test diatas, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,057 > 0,05 yang berarti Hipotesis nol gagal ditolak. Dengan demikian, data yang digunakan tidak terjadi masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Glejser

Variabel	Sig	Nilai	Kesimpul
Leverage (X1)	0,08	0,05	Tidak terdapat Heteroskedastisitas
Size (X2)	0,06	0,05	Tidak terdapat Heteroskedastisitas
Profitabilitas (X3)	0,05	0,05	Tidak terdapat Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS, Data diolah peneliti 2020

Dari hasil uji Glejser menunjukkan sig variabel leverage (DAR) sebesar 0,089, variabel size (Ln total aset) sebesar 0,068 dan variabel profitabilitas (ROE) sebesar 0,057. Masing-masing sig variabel lebih besar dari 0,05, maka dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Koefisien Regresi Linier Berganda

<i>Unstandardized Coefficients</i>	
Model	
(Constant)	-0,494
DAR	-0,026
Ln Total Aset	0,315
ROE	1,355

Sumber : SPSS, Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan tabel 5, didapat bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,494 - (0,026)X_1 + (0,315)X_2 + (1,355)X_3$$

Keterangan: Y = Nilai Perusahaan (PBV)

X1 = Leverage (DAR)

X2 = Size (Ln Total Aset)

X3 = Profitabilitas (ROE)

Persamaan diatas menunjukkan bahwa variabel leverage (DAR) memiliki koefisien dengan arah positif, variabel size (Ln Total Aset) memiliki koefisien dengan arah positif dan variabel profitabilitas (ROE) juga memiliki koefisien dengan arah positif. Penjelasan dari persamaan n linear berganda diatas adalah :

Nilai konstanta pada persamaan diatas menunjukkan negatif yaitu sebesar -0,494 yang artinya apabila semua variabel independen dianggap konstan maka akan menyebabkan perubahan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar -0,494. Nilai koefisien leverage (DAR) untuk variabel X1 sebesar -0,026. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan leverage satu satuan maka variabel beta (Y) akan naik sebesar -0,026 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi adalah tetap.

Nilai koefisien size (Ln Total Aset) untuk variabel X2 sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan size satu satuan maka variabel beta (Y) akan naik sebesar 0,315 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi adalah tetap. Nilai koefisien profitabilitas (ROE) untuk variabel X3 sebesar 1,355. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas satu satuan maka variabel beta (Y) akan naik sebesar 1,355 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi adalah tetap.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
	0,684	0,672

Sumber : SPSS, Data diolah penelien 2020

Tabel 6 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,684 yang artinya bahwa besarnya pengaruh variabel X yaitu leverage, size dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dapat dijelaskan dalam model regresi ini adalah 68,4%, sedangkan sisa 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Uji t (Parsial)

Tabel.7 Hasil Uji t

Variabel	<i>T_{hitung}</i>	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	-1,236	0,220	
DAR	-0,156	0,876	Tidak Signifikan
Ln Total Aset	1,193	0,237	Tidak Signifikan
ROE	12,2	0,000	Signifikan

Sumber : SPSS, Data dioalah peneliti 2020

Pengujian H1 Leverage (DAR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diatas, nilai t hitung sebesar -0,156 dengan nilai signifikasi 0,876. Nilai thitung yang negatif menunjukkan bahwa X1 tidak memiliki hubungan yang searah dengan Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel leverage (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengujian H2 Size (Ln Total Aset) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diatas, nilai t hitung sebesar 1,193 dengan nilai signifikasi 0,237. Nilai thitung yang positif menunjukkan bahwa X2 memiliki hubungan yang searah dengan Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel size (Ln total aset) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengujian H3 Profitabilitas (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diatas, nilai t hitung sebesar 12,234 dengan nilai signifikasi 0,000. Nilai thitung yang positif menunjukkan bahwa X3 memiliki hubungan yang searah dengan Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) telah diketahui bahwa rasio leverage dengan proksi *Debt to Asset Ratio* (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa bahwa leverage memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi tahun 2016-2018.

Leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya, yang dapat diukur dengan beberapa rasio salah satunya menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) yang mengukur dengan membandingkan total liabilitas dan total aset. Dalam penelitian ini DAR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk mendanai asetnya berasal dari modal sendiri yakni laba ditahan dan modal saham, sehingga membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Penggunaan utang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan utang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan, dimana ketika terjadi penurunan utang dianggap harga saham perusahaan akan mengalami penurunan juga, namun tidak dengan hasil penelitian ini. Terdapat beberapa sampel perusahaan ketika utang mengalami penurunan, justru harga sahamnya mengalami kenaikan. Dari data sampel, 60% perusahaan perubahan turun atau naiknya *Debt to Asset Ratio* (DAR) 2016-2018 tidak sejalan dengan perubahan nilai perusahaan itu sendiri. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa sampel perusahaan ketika harga sahamnya mengalami kenaikan, namun utang perusahaan mengalami penurunan. Sehingga faktor ini lah yang memicu *Debt to Asset Ratio* (DAR) pada perusahaan industri barang konsumsi tahun 2016-2018 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Lestari, 2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh Kurniawati et al. (2018) yang menunjukkan bahwa leverage mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Size Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) telah diketahui bahwa rasio size tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa size memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi tahun 2016-2018. Hasil penelitian tidak sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Tingkat kepercayaan investor bisa ditentukan dengan ukuran perusahaan atau size. Semakin besar dan maju perusahaan, maka semakin diketahui oleh masyarakat banyak, sehingga memudahkan untuk memperoleh informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini dapat dilihat seberapa besar total aset perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang besar ini memicu perhatian investor. Dikarenakan dengan total aset yang besar, dianggap perusahaan kurang mampu memanfaatkan asetnya secara efektif yang menimbulkan penimbunan aset sehingga akan menimbulkan biaya perawatan dan perbaikan terhadap aset yang besar pula. Biaya ini akan mengakibatkan juga pada mempengaruhi laba perusahaan sekaligus kinerja perusahaan. Dengan demikian menggambarkan ketika total aset perusahaan besar tidak menjamin nilai perusahaan akan tinggi atau ketika size mengalami kenaikan nilai perusahaan mengalami penurunan.

Terdapat beberapa sampel perusahaan ketika size mengalami penurunan, tetapi nilai perusahaan mengalami kenaikan. Dari data sampel, 61% perusahaan perubahan turun atau naiknya size yang diukur dengan Ln total aset tahun 2016-2018 tidak sejalan dengan perubahan nilai perusahaan itu sendiri. Sehingga ini lah yang memicu size pada perusahaan industri barang konsumsi tahun 2016-2018 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Indriyani (2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian tidak sejalan dengan peneliti yang dilakukan oleh Kurniawati et al. (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) telah diketahui bahwa profitabilitas dengan proksi *Return on Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi 2016-2018.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja manajemen, dikarenakan hasil pengukuran dari rasio profitabilitas ini dapat dijadikan alat evaluasi atau penilaian kinerja manajemen dalam suatu periode, apakah telah bekerja secara efektif atau tidak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian bahwa profitabilitas dengan proksi Return on Equity (ROE) yang tinggi akan memberikan propek perusahaan yang baik sehingga memicu calon investor untuk meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat ini juga meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga terjadi hubungan yang positif antara profitabilitas dengan permintaan saham yang akan meningkatkan nilai perusahaan juga.

Terdapat beberapa sampel perusahaan ketika Return on Equity (ROE) 2016-2018 mengalami kenaikan, nilai perusahaan juga mengalami kenaikan begitu pula sebaliknya. Dari data sampel, 67% perusahaan perubahan turun atau naiknya Return on Equity (ROE) 2016-2018 berbanding lurus dengan perubahan nilai perusahaan itu sendiri. Dengan tingginya rasio profitabilitas ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai keberhasilan dengan mendapat laba yang tinggi sehingga membuat nilai sebuah perusahaan akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika profitabilitas perusahaan rendah maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Penelitian ini sejalan dengan Eka Indriyani (2017) dan Utama & Lisa (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi nilai perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati et al. (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil pengujian hipotesis disimpulkan dengan uji t (parsial) yang menunjukkan bahwa variabel leverage (DAR) dan variabel size (Ln total aset) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun variabel profitabilitas (ROE) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Kurniawati, Hendra, & Nurlaela. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016).
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Suripto. (2015). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutama, & Lisa. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(2), 65–85.