



## Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur SubSektor Logam Di BEI Tahun 2019-2023)

Anila Ambarani<sup>1</sup>; Kasmanto Miharja<sup>2</sup>; Adella Yudanti<sup>3</sup>; Verliana Diva<sup>4</sup>  
<sup>1-4</sup> Universitas Bina Sarana Informatika

Address: Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat 10450

Corresponding author: [63201415@bsi.ac.id](mailto:63201415@bsi.ac.id)

**Abstract:** One of the company's goals is to maximize the value of its shares to achieve company value. When investing in the capital market, investors also take into account the value of the company. Over the last five years, the value of companies in the food and beverage subsector experienced a significant decline from 2020 to 2023. This decline began in 2019. Many factors, including company size, profitability and leverage, influence the value of a company. The gap phenomenon supports the existence The research gap indicates the need for additional research into the variables that influence firm value. The aim of this research is to present empirical data regarding the influence of company size, profitability and leverage on manufacturing companies in the metal industry and similar industries listed on the Indonesia Stock Exchange between 2019 and 2023. All companies in the food sector and beverage subsector are listed on the Exchange. Indonesian Securities (BEI) is the research population. A purposive sampling strategy was used to select the research sample from seven observations. Multiple linear regression analysis is used in research to analyze secondary data. SPSS is a program used in research. The findings of this research show how leverage and company size affect company value. However, empirical data also shows that profitability has little effect on company value. Simultaneously, the factors Company Size, Profitability, and Leverage influence Company Value.

**Keywords:** Constitutional Court, Constitution, constitutional system

**Abstrak:** Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai sahamnya untuk mencapai nilai perusahaan. Dalam melakukan investasi di pasar modal, investor juga memperhitungkan nilai perusahaan. Selama lima tahun terakhir, nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2023. Penurunan ini dimulai pada tahun 2019. Banyak faktor antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Fenomena kesenjangan yang mendukung adanya kesenjangan penelitian menunjukkan perlunya penelitian tambahan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan data empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage pada perusahaan manufaktur pada industri logam dan industri sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 hingga 2023. Seluruh perusahaan sektor makanan dan Subsektor minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi populasi penelitian. Strategi purposive sampling digunakan untuk memilih sampel penelitian dari tujuh observasi. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian untuk menganalisis data sekunder. SPSS merupakan program yang digunakan dalam penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana leverage dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, data empiris juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak banyak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara bersamaan, faktor Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage mempengaruhi Nilai Perusahaan.

**Kata kunci:** Mahkamah Konstitusi, Konstitusi, Sistem ketatanegaraan

### LATAR BELAKANG

Mengingat Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia, persaingan komersial diperkirakan akan semakin meningkat seiring dengan membaiknya kondisi pertumbuhan ekonomi. Perkembangan ini tidak dapat dipisahkan dari usaha subsektor pengemasan dan plastik. Karena ketergantungan produsen produk terhadap kemasan plastik,

kini terdapat kecenderungan peningkatan permintaan terhadap kemasan plastik. Namun demikian, dengan banyaknya produk yang beredar di pasaran dan banyaknya kemasan plastik yang tersebar di banyak daerah. Minimnya edukasi masyarakat mengenai pentingnya mendaur ulang atau membuang dan memilah sampah dengan benar membuat dampak negatif sampah plastik semakin parah. Perusahaan sebagai entitas yang menerapkan konsep ekonomi seringkali mengutamakan pertumbuhan nilai perusahaan dan kekayaan pemiliknya di samping mengoptimalkan pendapatan perusahaan. Akibatnya, bisnis memiliki strategi strategis untuk mencapai tujuannya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kamaludin (2022), harga saham suatu perusahaan berhubungan langsung dengan penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan tersebut. Harga saham korporasi mewakili nilai perusahaan (PBV) secara keseluruhan. Profitabilitas, ukuran, dan struktur modal suatu perusahaan adalah beberapa variabel yang mungkin mempengaruhi nilainya. Sejauh mana suatu perusahaan menghasilkan profitabilitas dapat berdampak pada nilainya. Menurut Siswantini (2020) nilai perusahaan adalah nilai yang dimiliki dan digunakan suatu perusahaan untuk mencirikan harga sahamnya. Dengan nilai tersebut, Anda dapat menentukan kesejahteraan pemegang saham dan pemilik perusahaan serta kinerja organisasi. (Kartika Hendra Titisari, 2021) menyatakan bahwa seluruh aset yang dimiliki oleh suatu usaha menunjukkan besarnya.

Suatu perusahaan membutuhkan lebih banyak uang tunai untuk mempertahankan operasinya, semakin besar ukuran perusahaan dan semakin banyak aset yang dimilikinya. Ketika total aset suatu perusahaan meningkat lebih cepat dibandingkan total utangnya, maka dikatakan perusahaan tersebut mempunyai nilai yang semakin meningkat. Penelitian Oktaviani dan Srimindarti (2019) yang menjadi sumber gap study menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat meningkatkan nilainya karena investor merasa kinerja keuangannya cukup stabil untuk melunasi utangnya, dan laporan keuangannya dapat dipercaya. , dan bahwa nilai perusahaan memang kuat. Namun penelitian Hidayati dan Retnani (2020) mengungkapkan bahwa sebelum menentukan pilihan, calon investor melihat jumlah aset suatu perusahaan. Ini bukan tentang keseluruhan aset perusahaan; melainkan tentang keuntungan yang dihasilkan dan kebijakan dividen yang diikutinya.

Leverage merupakan variabel berikutnya yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio Leverage mewakili biaya tetap yang dikeluarkan suatu bisnis ketika menggunakan sumber daya dan modalnya untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham. Salah satu cara untuk mengukur berapa banyak utang yang dibiayai suatu bisnis adalah dengan melihat rasio leverage (Weston dan Copeland, 2010). Investor akan

mempertimbangkan kembali untuk berinvestasi pada suatu perusahaan jika mereka mengamati bahwa perusahaan tersebut memiliki jumlah aset yang tinggi dikombinasikan dengan rasio leverage yang tinggi. Tingginya tingkat aset perusahaan diyakini disebabkan oleh utang, sehingga meningkatkan risiko investasi jika perusahaan gagal melakukan pembayaran utang sesuai jadwal (Rachmawati, 2015).

Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan berdasarkan tingkat penjualan, aset, dan ekuitasnya selama periode waktu tertentu dikenal sebagai profitabilitas. Profitabilitas, atau kemampuan memperoleh keuntungan, merupakan ukuran persentase yang dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar pendapatan suatu bisnis pada kecepatan yang wajar (Siregar, 2019). Rasio profitabilitas yang membaik akan menunjukkan kapasitas bisnis untuk menghasilkan margin keuntungan yang besar. Semakin besar kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Aldila Septiana (2019:108) mengartikan profitabilitas sebagai rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Hasilnya, pemangku kepentingan termasuk pemberi pinjaman, pemasok, dan investor akan dapat menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan uang dari investasi dan penjualan jika menguntungkan. Jumlah yang bersedia dibayarkan investor untuk menjual suatu perusahaan adalah nilai perusahaannya (Hery, 2017:5).

Sebuah prestasi yang sejalan dengan aspirasi pemegang saham adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan naik jika operasionalnya efisien. Indikasi yang cocok untuk mengukur tingkat kinerja suatu perusahaan adalah nilai sahamnya. Oleh karena itu, tujuan pengelolaan keuangan terkadang dinyatakan sebagai memaksimalkan harga saham atau nilai saham perusahaan. Jika harga saham naik maka nilai perusahaan secara langsung akan mempengaruhi kemakmuran pemegang saham secara maksimal (Hery, 2017:6). Secara umum, investor lebih tertarik pada negara yang perkembangan investasinya lebih maju. Dalam berinvestasi, banyak faktor yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah mengevaluasi kinerja perusahaan melalui laporan keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengevaluasi, dan memperjelas pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor logam dan terkait yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, berdasarkan rumusan masalah di atas.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

"Teori sinyal" adalah strategi yang digunakan manajemen untuk memberikan saran kepada investor tentang bagaimana mereka melihat masa depan perusahaan. Teori ini menjelaskan mengapa perusahaan merasa berkewajiban untuk memberikan pihak lain akses terhadap informasi yang relevan atau memberikan laporan keuangannya. Keinginan untuk berkomunikasi atau memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal dipicu oleh asimetri pengetahuan yang ada antara mereka dan manajemen perusahaan (Bergh et al., 2014).

Meythi dan Hartono (dalam Mawarni 2020) menyatakan bahwa teori sinyal memperjelas pesan yang harus disampaikan perusahaan kepada mereka yang mengonsumsi laporan keuangan. Sinyal ini terwujud secara spesifik pada langkah-langkah yang diambil manajemen untuk memenuhi permintaan pemilik. Sinyal dapat mencakup iklan dan materi lain yang menekankan keunggulan perusahaan dibandingkan pesaingnya. Perusahaan dan manajemen perusahaan mempunyai akses terhadap informasi yang lebih banyak mengenai kegiatan usaha dan prospek masa depan dibandingkan pihak eksternal seperti kreditur, investor, penjamin emisi, dan konsumen informasi lainnya.

Oleh karena itu, mengirimkan sinyal kepada pihak lain merupakan cara terbaik untuk mengatasi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang berkembang. Mengirimkan kepada mereka laporan keuangan perusahaan, yang berisi data keuangan yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya serta akan meyakinkan mereka tentang keberlanjutan prospek bisnis di masa depan, adalah salah satu cara untuk mencapai hal ini. Ide teori sinyal berkaitan dengan nilai perusahaan. Nilai suatu korporasi akan tidak sinkron dengan posisinya jika tidak berhasil menyampaikan nilainya, bisa saja memosisikannya di atas atau di bawah nilai aslinya (Bambang Leo Handoko, 2021).

Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi Teori Sinyal (*Signaling Theory*) adalah bahwa manajemen perusahaan memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada pihak eksternal, seperti investor, kreditor, dan pengguna laporan keuangan lainnya, mengenai prospek dan kinerja perusahaan. Teori ini menyoroti pentingnya mengatasi asimetri informasi antara manajemen dan pihak eksternal melalui penyampaian sinyal yang dapat dipercaya. Sinyal-sinyal ini, yang disampaikan melalui laporan keuangan perusahaan, berfungsi untuk menunjukkan realisasi tindakan manajemen dalam memenuhi harapan pemilik perusahaan. Dengan memberikan sinyal yang kredibel, perusahaan dapat mengurangi ketidakpastian dan memberikan gambaran yang jelas mengenai nilai dan keberlanjutan perusahaan di masa

depan. Jika perusahaan gagal dalam menyampaikan sinyal dengan baik, maka nilai perusahaan dapat terepresentasi secara tidak akurat, baik itu terlalu tinggi maupun terlalu rendah, dibandingkan dengan nilai sebenarnya.

### **Ukuran Perusahaan**

Sari & Sulistiowati (2021) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala yang digunakan untuk menilai besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar. Investor akan memilih perusahaan ternama dan mampu menghasilkan kinerja bagus agar investasi modalnya bisa maksimal. Semakin besarnya perhatian masyarakat terhadap perusahaan besar membuat manajemen harus ekstra hati-hati dalam memantau keuangan perusahaan. Untuk melindungi reputasi perusahaan, manajer juga sering ragu mengambil tindakan terkait manajemen laba.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan diatas adalah skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan melalui total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar. Investor cenderung memilih perusahaan dengan reputasi baik dan kinerja yang baik untuk memastikan bahwa modal yang mereka tanamkan akan menguntungkan. Perusahaan besar biasanya mendapatkan perhatian lebih dari pihak luar, sehingga manajemen perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan cenderung menghindari tindakan manajemen laba demi menjaga reputasi perusahaan.

### **Leverage**

Menurut Nugraheni (2016), ekuitas merupakan ukuran kemampuan organisasi, sedangkan leverage merupakan tanda penting dari besarnya investasi atau komitmen luar yang dimiliki suatu perusahaan. Leverage adalah istilah untuk hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya guna mendukung operasinya. Karena pemilik lebih berisiko ketika perusahaan mempunyai lebih banyak hutang, pemilik akan mencari margin keuntungan yang lebih besar untuk menghilangkan ketakutan akan likuidasi. Ketika suatu bisnis terancam likuidasi, salah satu taktik yang mungkin dilakukan adalah manajemen laba. Semakin besar leverage yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar ketergantungannya pada pihak ketiga, atau kreditor, dan semakin tinggi tingkat bunga yang harus dibayar perusahaan atas utang tersebut. Profitabilitas perusahaan terpengaruh ketika beban hutang meningkat dan rasio leverage meningkat karena sebagian dana harus digunakan untuk membayar bunga pinjaman.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan diatas adalah Leverage adalah ukuran penting yang mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan dari pihak eksternal dan seberapa besar komitmen terhadap hutang tersebut. Leverage menunjukkan

hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya guna menjalankan aktivitas operasional.

### **Profitabilitas**

Menurut Astriah dkk. (2021), rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Sari & Sulistiowati (2021), profitabilitas adalah total laba bersih yang berhasil dihasilkan suatu perusahaan selama operasinya. Manajer mungkin didorong untuk menggunakan manajemen laba melalui profitabilitas. Karena jika suatu perusahaan tidak berhasil, manajer biasanya akan mengambil tindakan untuk membatasi laba guna menyelamatkan reputasi perusahaan di mata pemilik. Hal ini sebagian besar berkaitan dengan upaya manajer dalam menonjolkan karya-karya terbaik yang dihasilkan oleh perusahaan yang dikelolanya. Perusahaan yang tidak terlalu menguntungkan biasanya memanfaatkan perataan laba. Perataan laba merupakan salah satu cara untuk mengelola laba. Biasanya, para manajer mengambil bagian dalam kegiatan ini karena mereka berpikir bahwa keuntungan yang rendah, atau bahkan kerugian, akan merugikan reputasi mereka di mata pemilik dan, pada akhirnya, pandangan masyarakat terhadap bisnis tersebut.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan diatas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas mencerminkan tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dari operasionalnya. Dalam konteks manajemen laba, profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap tindakan manajerial.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan didefinisikan oleh Husnan dan Pudjiastuti (2015:6) sebagai harga yang bersedia dibayar pembeli untuk membeli perusahaan tersebut jika dijual. Menurut Rodoni dan Ali (2014:50), nilai suatu perusahaan merupakan penjumlahan dari nilai hutang dan ekuitasnya. Untuk meningkatkan kaliber dan kepercayaan pemegang saham, Wijaya dkk. (2021) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai opini yang dimiliki investor terhadap tingkat kinerja suatu perusahaan. Pendapat ini sering dihubungkan dengan harga saham. Sedangkan menurut Yanti dan Darmayanti (2019), nilai perusahaan diyakini mampu mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan karena dapat mewakili keadaan bisnis saat ini dan mencirikan potensi perusahaan di masa depan. Saputri dan Giovanni (2021) mengemukakan kemungkinan adanya hubungan antara nilai perusahaan dengan kekayaan pemegang saham. Lebih khusus lagi, kesejahteraan pemegang saham yang lebih baik dapat dihasilkan dari nilai bisnis yang lebih tinggi. Karena hal ini akan menghasilkan pendapatan yang besar, maka

semua pemilik usaha terutama pemegang saham pasti menginginkan perusahaannya mempunyai nilai yang tinggi. Masuk akal jika saham pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam menentukan nilainya akan lebih sering menarik investor (Bita et al., 2021).

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan diatas adalah nilai perusahaan merupakan refleksi dari kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa depannya, serta memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan investor, kemakmuran pemegang saham, dan minat investor dalam menanamkan modalnya dalam saham perusahaan tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data orde kedua yaitu laporan keuangan tahun buku 2019–2023 pada perusahaan manufaktur subsektor dan terkait yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dapat diakses melalui website (Sihotang, 2023). Leverage, margin keuntungan, dan ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Itulah beberapa karakteristik yang dapat mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini, diantaranya adalah pendapatan perusahaan. Besar sampel penelitian terdiri dari 17 perusahaan manufaktur sektor logam dan khusus yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Purposive sampling digunakan dalam proses pemilihan sampel untuk mengidentifikasi perusahaan sasaran dan pihak-pihak terkait yang akan dimasukkan dalam sampel penelitian. Berikut beberapa contoh kriteria yang digunakan:

1. Perusahaan subsektor logam dan sejenisnya selama periode penelitian terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023.
2. Perusahaan subsektor dan sejenisnya yang telah menerbitkan annual report pada tahun 2019-2023.
3. Perusahaan yang memiliki kelengkapan data mengenai ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas pada tahun 2019-2023.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Uji Deskriptif**

Berdasarkan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan statistik deskriptif dari masing – masing variabel penelitian yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistic						
	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean		Std. Deviation Statistic
				Statistic	Std. Error	
Ukuran Perusahaan	30	2555281675.00	2970691989.00	2746249073.4333	22457685.55879	123005809.69907
Leverage	30	157.00	827.00	405.0000	31.45776	172.30126
Profitabilitas	30	-124.00	130.00	26.8667	9.28684	50.86611
Nilai Perusahaan	30	371.00	7151.00	2371.9000	478.10957	2618.71398
Valid N (listwise)	30					

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 1. tersebut, dapat dijelaskan statistik deskriptif yaitu Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, rata-rata sebesar 23,8%, dengan nilai tertinggi sebesar 7,15%. Profitabilitas perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, rata-rata sebesar 26,8%, dengan nilai tertinggi sebesar 13%. Leverage perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, rata-rata sebesar 40% dengan nilai tertinggi sebesar 8,27%. Ukuran perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, rata-rata sebesar 7,94% dengan nilai tertinggi sebesar 12,06%.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki akurasi dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang diterapkan mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. (sumber penelitian).

### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah setiap variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat, berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 2.**  
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	30
Kolmogorov-Smirnov Z	0,859
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,793

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan Tabel 2, nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah 0,859, dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,793. Hasil ini menunjukkan bahwa model persamaan regresi

berdistribusi normal, karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,663 melebihi nilai alpha 0,05 (Tabel 2).

### Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak seharusnya menunjukkan korelasi di antara variabel-variabel independen. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan memeriksa nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Berikut adalah hasil uji multikolinieritas (sumber penelitian):

**Tabel 3.**  
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficient <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistic	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	16315.965	11811.670		1.381	.179		
	Ukuran Perusahaan	-6.094E-6	.000	-.286	-1.395	.175	.717	1.395
	Leverage	6.642	2.872	.437	2.312	.029	.845	1.184
	Profitabilitas	6.049	10.872	.117	.556	.583	.677	1.478

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

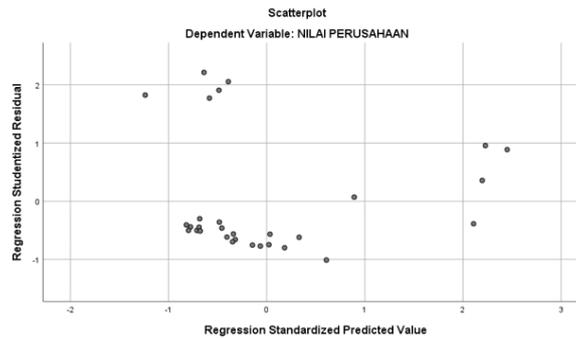
Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 3, dapat diketahui nilai tolerance dan VIF dari tiga variabel bebas, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal. Terlihat bahwa nilai tolerance ketiga variabel tersebut lebih dari 0,10, dan nilai VIF-nya kurang dari 10. Variabel profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,677 dan nilai VIF sebesar 1,478. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai tolerance sebesar 0,717 dan nilai VIF sebesar 1,395. Sedangkan variabel leverage memiliki nilai tolerance sebesar 0,845 dan nilai VIF sebesar 1,184. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel-variabel bebas dalam penelitian ini (Tabel 3).

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah varians residual dari satu observasi ke observasi lainnya adalah sama atau berbeda. Hasil yang diharapkan adalah homoskedastisitas, yaitu tidak adanya heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini (sumber penelitian).

**Gambar 1.**  
Hasil Uji Heteroskedasitas



*Sumber: Data Diolah Peneliti 2024*

Berdasarkan Gambar 1. scatterplot, terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki varian kesalahan yang konstan, atau dengan kata lain, tidak terjadi heteroskedastisitas (Gambar 1).

**Hasil Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t - 1) dalam model regresi linear berganda. Deteksi adanya autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW). Jika nilai DW berada di bawah -2, maka terdapat korelasi positif. Jika nilai DW berada di antara -2 dan 2, maka tidak terdapat autokorelasi. Jika nilai DW berada di atas 2, maka terdapat korelasi negatif. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan menggunakan Uji Durbin-Watson (sumber penelitian).

**Tabel 4.**  
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	R	R. Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. FChange	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.464 <sup>a</sup>	.215	.125	2449.85098	.215	2.379	3	26	.093	.446

*Sumber: Data Diolah Peneliti 2024*

Berdasarkan Tabel 1.4, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson adalah 0,446. Karena nilai DW berada di antara -2 dan 2, ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada variabel-variabel dalam penelitian ini (Tabel 4).

**Hasil Uji Hipotesis**

**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t dapat disajikan berdasarkan berikut:

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji T**

Coefficient <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistic	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16315.965	11811.670		1.381	.179		
	Ukuran Perusahaan	-6.094E-6	.000	-.286	-1.395	.175	.717	1.395
	Leverage	6.642	2.872	.437	2.312	.029	.845	1.184
	Profitabilitas	6.049	10.872	.117	.556	.583	.677	1.478

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

*Sumber: Data Diolah Peneliti 2024*

Menurut Tabel 5. hasil uji hipotesis (uji t) adalah sebagai berikut:

1. Uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penolakan hipotesis pertama disebabkan oleh nilai signifikansi (0,175) yang lebih besar dari 0,05.
2. Uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerimaan hipotesis kedua terjadi karena nilai signifikansi (0,029) lebih kecil dari 0,05.
3. Uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penolakan hipotesis ketiga didasarkan pada nilai signifikansi (0,582) yang lebih besar dari 0,05.

Ini menegaskan bahwa dalam penelitian ini, variabel leverage adalah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak signifikan.

### Hasil Uji F

Uji F, atau uji serentak, atau juga disebut uji ANOVA, digunakan untuk mengetahui apakah variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berikut adalah hasil uji F (sumber penelitian).

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42826209.088	3	14275403.029	2.379	.093 <sup>b</sup>
	Residual	156046015.612	26	6001769.831		
	Total	198872224.700	29			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
b. Predictor: (Constant), Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan

*Sumber: Data Diolah Peneliti 2024*

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji hipotesis (uji F) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerimaan hipotesis keempat terjadi karena nilai signifikansi (0,001) lebih kecil dari 0,05, dan F hitung (1,093) lebih kecil dari F tabel (2,379).

## **PEMBAHASAN**

### **Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

Logaritma natural digunakan untuk menghitung besar kecilnya perusahaan berdasarkan hasil analisis data uji t. Nilai usaha manufaktur sektor logam dan industri sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019–2023 tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, seperti yang berhasil ditunjukkan oleh penelitian ini. Nilai sig tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 1 ditolak. 0,911 lebih besar dari 0,05. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang tidak menemukan hubungan antara ukuran dan nilai perusahaan (Indriyani, 2017; Suryandani, 2018; Suwardika, 2017). Total aset yang dimiliki dan digunakan perusahaan untuk aktivitas operasionalnya digunakan untuk menentukan ukurannya. Jumlah uang yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional suatu organisasi meningkat seiring dengan ukurannya. Korporasi besar seharusnya bisa memperoleh imbal hasil yang signifikan dalam bentuk aset dari penarikan utangnya. Pengembalian aset yang diterima korporasi lebih besar dibandingkan pengembalian aset yang digunakan sebagai jaminan untuk mengamankan pembiayaan. Investor khawatir karena hal ini menunjukkan kurangnya solvabilitas antara aset dan utang. Menurut Suryandani (2018), tingginya risiko perusahaan diduga akan meningkatkan kemungkinan terjadinya kebangkrutan.

### **Leverage Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

Leverage dihitung menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) yang didasarkan pada hasil analisis data uji t. Penelitian ini secara efektif menunjukkan bahwa leverage memberikan dampak penting terhadap penilaian perusahaan manufaktur yang beroperasi di sektor logam dan industri sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 dan 2023. Nilai sig menunjukkan bahwa hipotesis 2 diterima. 0,006 kurang dari 0,05. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Lisa, 2018). Besarnya leverage tidak selalu berarti penurunan nilai perusahaan; Faktanya, dengan menggunakan leverage, perusahaan dapat memperoleh aset dan modal yang memungkinkannya beroperasi secara menguntungkan. Akibatnya, peningkatan profitabilitas akan meningkatkan kekayaan investor

dan meningkatkan nilai perusahaan. Bagi pelaku usaha, khususnya di sektor manufaktur, nilai perusahaan berfungsi sebagai tolok ukur kinerja keuangan (Sutama dan Lisa, 2018).

### **Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

Net Profit Margin digunakan untuk menghitung profitabilitas berdasarkan hasil analisis data uji t. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur pada industri logam dan industri sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 hingga 2023 akan memiliki nilai yang lebih tinggi jika menghasilkan keuntungan. Dengan demikian hipotesis 3 tidak terbukti, hal ini ditunjukkan dengan nilai sig sebesar  $0,582 < 0,05$ . Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putra & Sunarto (2021) yang tidak menemukan hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Hal ini mungkin timbul dari klaim bahwa kinerja manajemen menunjukkan ketidakmampuan dalam mengawasi ekuitas perusahaan, yang menyebabkan rendahnya margin laba bersih meskipun posisi ekuitasnya besar. Hipotesis sinyal yang menyatakan bahwa nilai profitabilitas yang lebih tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada masyarakat, khususnya investor, tidak sejalan dengan kesimpulan tersebut.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada usaha manufaktur sektor logam dan perusahaan sejenis yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023, hal ini terlihat dari pembahasan temuan penelitian mengenai profitabilitas, ukuran usaha, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penilaian perusahaan industri logam yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 hingga 2023 tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Leverage akan berdampak signifikan terhadap nilai bisnis perusahaan-perusahaan di industri produksi logam dan sektor sekitarnya yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 hingga 2023. Penelitian lebih lanjut pada sektor selain sektor logam dan sejenisnya, saran peneliti, sebaiknya diperbolehkan memperluas objek penelitian dan memungkinkan penambahan variabel tambahan yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan baik dari dalam maupun luar perusahaan.

### **DAFTAR REFERENSI**

Afrianita, N., & Kamaludin, F. (2022). Pengaruh Earnings Per Share (EPS), Price Earnings Ratio (PER), & Price Book Value (PBV) terhadap Harga Saham Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI Periode 2016-2020. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(09), 1236-1248.

- Aldila Septiana M, P. (2019). Analisis Laporan Keuangan (R. Hermawan (Ed.); 1st Ed.). Duta Media Publishing.
- Ali, M. A. (2014). Analisis Optimalisasi Pelayanan Konsumen Berdasarkan Teori Antrian pada kaltimgps.com di Samarinda. *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Bambang Leo Handoko, S. M. (2021, Juli 13). <https://accounting.binus.ac.id/>. Retrieved from <https://accounting.binus.ac.id/2021/07/13/teori-sinyal-danhubungannya-dengan-pengambilan-keputusan-investor/>
- Bergh, D. D., Connelly, B. L., Ketchen Jr, D. J., & Shannon, L. M. (2014). Signalling theory and equilibrium in strategic management research: An assessment and a research agenda. *Journal of management studies*, 51(8), 1334-1360.
- Bitra, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298-306.
- Hery. (2017). Analisis Laporan Keuangan (Intergrated and Comprehensive edition). Jakarta: Grasindo.
- Hidayati, B. S., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(6).
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348.
- Mawarni, D. (2020). "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)".
- Nugraheni, R. (2016). *Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Oktaviani, C. A. T., & Srimindarti, C. (2019). Nilai Perusahaan dilihat dari sisi Likuiditas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 5(1), 149.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Equity*, 18(1), 1-18.

- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90-108.
- Sari, N. A., & Susilowati, Y. (2021). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas, kualitas audit, dan komite audit terhadap manajemen laba. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 43-52.
- Sihotang, H. (2023). Metode penelitian kuantitatif. Jakarta: UKI Press.
- Siregar, M. E. S., Dalimunthe, S., & Safri, R. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 356-385.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhanperusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Propertydan Real Estate. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1), 49–59.
- Sutama, D., & Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 21-39.
- Suardika, I. N. A., dan Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Wahyuni, S. F., & Arwana, I. (2020). Model Determinan Return on Asset dan Firm Value pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 195-212.
- Wardhani, W. K., Titisari, K. H., & Suhendro, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 37-45.
- Weston dan Copeland. (2010). Manajemen Keuangan Jilid 2. Jakarta : Binarupa Aksara Publisher.
- Wijaya, A., Fathurrohman, R., Roudhotusyarifah, I., & Ibrahim, I. (2021). EFEKTIVITAS STRATEGI PENGELOLAAN KELAS PADA GENERASI MILENIAL. *JP (Jurnal Pendidikan): Teori dan Praktik*, 6(2), 94-101.
- Wulan Astriah, S., Trinanda Akhbar, R., Apriyanti, E., Sarifah Tullah, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pandu Madania, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. In *Jurnal Akuntansi* (Vol. 10, Issue 2).
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). *Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman* (Doctoral dissertation, Udayana University).