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

(Studi empiris pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2023)

Firdah Rama Dhanti1, Dicky Arisudhana2\*

\*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur

\*dicky.arisudhana@budiluhur.ac.id

*Abstract*

*This research aims to examine the impact of factors such as company size, profitability, liquidity, leverage, and other variables on the value of food and beverage companies that are publicly traded on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2023. The study population comprises 95 enterprises, with a sample of 49 selected via purposive sampling. The research findings, obtained through the use of multiple linear analysis and SPSS version 19.0, indicate that both leverage and firm size do not significantly affect company value. However, profitability has a substantial impact on increasing the value of a company, as does liquidity.*

***Keyword:*** *Profitability, Liquidity, Leverage, Company Size and Company Value.*

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Pendahuluan**
 |  |

Perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur, khususnya industri food and beverage di Indonesia, terus berkembang setiap harinya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya angka perusahaan yang melantai di BEI hingga akhir tahun 2023 (www.idx.com). Para investor atau pemegang saham yang berencana untuk bertransaksi di Bursa Efek Indonesia perlu memperhatikan sejumlah kriteria yang dapat memudahkan dalam berinvestasi di perusahaan manufaktur yang sudah berdiri, terutama di sektor makanan dan minuman. Kemenperin terus mendukung pengembangan sektor makanan dan minuman karena kontribusinya yang besar dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Brigham dan Daves (2010) berpendapat bahwa meningkatkan nilai perusahaan sangat penting bagi organisasi karena hal ini melibatkan maksimalisasi kekayaan pemegang saham, sebuah tujuan utama yang harus dicapai oleh manajemen bisnis. Meningkatkan kekayaan pemegang saham pada dasarnya setara dengan meningkatkan nilai saham perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan harga sahamnya, meskipun perusahaan juga memiliki tujuan tambahan (Brigham dan Houston, 2011).

Dari 49 perusahaan yang diteliti, rerata nilai perusahaan mengalami penurunan sepanjang periode 2020-2021. Sedangkan nilai perusahaan naik pada tahun 2021. Peristiwa kenaikan nilai perusahaan pada tahun 2021 dapat menarik minat investor yang dapat mempelajari kinerja dan prospek bisnis di masa mendatang dengan melihat nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi para pemegang saham. mereka akan bersedia menginvestasikan dananya apabila ada jaminan kesejahteraan yang diberikan. Kemampuan perusahaan untuk menarik investor dan mempertahankan kinerja keuangan yang kuat bergantung pada nilainya. Investor mencari keuntungan atas investasi modal mereka. Perusahaan dan pemegang sahamnya menginginkan kemakmuran yang maksimal dan berjangka panjang karena nilai perusahaan yang tinggi dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Elemen internal utama yang memengaruhi nilai perusahaan meliputi ukuran, profitabilitas, likuiditas, dan leverage. Sebaliknya, elemen eksternal mengacu pada pengaruh yang berasal dari luar organisasi, seperti ekspansi pasar, inflasi, dan nilai tukar mata uang. Akibatnya, nilai perusahaan akan bervariasi tergantung pada industri dan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ekonomi negara sedang lesu, industri makanan dan minuman di Indonesia mempunyai potensi untuk berkembang.

Menurut Bagaskara dkk. (2021), aspek yang pertama adalah profitabilitas. Sangat penting untuk menjaga profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan untuk menjamin eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Putra dan Gantino (2021), peningkatan profitabilitas perusahaan menunjukkan potensi yang lebih besar di masa depan, yang meningkatkan nilai perusahaan di antara para investor. Kapasitas bisnis untuk membayar investasi yang dilakukan meningkat bersamaan dengan rasio profitabilitas. Ini karena peningkatan laba cenderung menghasilkan peningkatan harga saham. Dengan demikian, investor akan menganggap informasi terkait laba sebagai informasi yang berharga, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas menandakan potensi masa depan yang lebih baik bagi perusahaan, sehingga meningkatkan nilainya dalam persepsi investor. Kemungkinan perusahaan untuk bertahan hidup berkorelasi langsung dengan rasio profitabilitasnya.

Faktor kedua yang memengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Kemampuan bisnis untuk menyelesaikan utang jangka pendeknya, yang jatuh tempo segera setelah menerima faktur, disebut sebagai likuiditas. Rasio likuiditas menunjukkan seberapa baik posisi perusahaan untuk melunasi pinjaman jangka pendeknya. Menurut Gultom, Agustina, dan Wijaya (2013), perusahaan dengan likuiditas tinggi biasanya memiliki prospek pertumbuhan yang sangat baik. Nilai perusahaan yang dipersepsikan di antara kreditor dan calon investor meningkat seiring dengan likuiditasnya, karena hal ini menunjukkan kepada mereka bahwa kreditor lebih nyaman menyediakan dana.

Leverage merupakan faktor ketiga yang memengaruhi nilai perusahaan. Putra dan Gantino (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang sehat secara finansial akan memiliki rasio leverage yang rendah, atau minimal sama dengan rasio tersebut. Risiko investasi lebih rendah untuk perusahaan dengan rasio leverage rendah. Rasio ini mengindikasikan jumlah utang yang dimiliki perusahaan dan tingkat risiko yang siap ditanggung investor saat menginvestasikan dananya. Saham perusahaan akan mengalami kenaikan harga karena permintaan dan keinginan yang tinggi di antara para investor untuk membeli saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, yang juga akan mengakibatkan penurunan leverage.

Faktor keempat yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukurannya. Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), ukuran perusahaan ditentukan oleh nilai total aset, penjualan, dan ekuitasnya. Kapitalisasi pasar, penjualan, dan total aset dapat digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan memengaruhi nilainya. Karena bisnis besar dinilai lebih tinggi daripada bisnis kecil, ekspansi perusahaan berdampak pada nilai tersebut. Ukuran perusahaan dan pengelolaan modal dapat digunakan untuk mendukung harga saham, yang menunjukkan nilai perusahaan. Dengan demikian, memahami besarnya organisasi sangat penting bagi calon investor untuk mengevaluasi nilai perusahaan. Bisnis yang berkembang pesat akan mendapatkan keuntungan dari reputasi positif di mata investor, yang mungkin akan menarik mereka untuk menyumbangkan uang.

**Teori Sinyal *(Signalling Theory)***

Teori sinyal mendeskripsikan bagaimana bisnis berkomunikasi dengan pembaca akun keuangan, terutama calon investor. Bagi investor dan pelaku bisnis lainnya, sinyal ini sangat penting karena memberikan informasi, catatan, atau analisis keadaan saat ini serta yang akan datang yang berdampak pada kapasitas perusahaan untuk bertahan. Untuk membantu pengambilan keputusan, investor pasar modal memerlukan informasi yang cepat, andal, relevan, dan komprehensif. Pengumuman yang dibuat oleh Putra dan Gantino dapat memberikan berita positif atau negatif bagi investor Putra dan Gantino (2021). Teori Sinyal menyatakan bahwa bisnis yang memiliki reputasi baik akan mengirimkan sinyal positif kepada pasar, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga memudahkan pasar untuk membedakan mana bisnis yang baik dan mana yang buruk. Sinyal berkualitas tinggi akan diterima secara positif oleh pasar, dinilai secara akurat, dan sulit ditiru oleh perusahaan berkualitas rendah, sehingga menarik banyak investor dan membuat perusahaan yang berkualitas rendah tidak mungkin meniru perusahaan yang berkualitas tinggi. Himawan dan Andayani (2020).

**Teori Keagenan *(Agency Theory)***

Dalam teori keagenan, prinsipal dan agen merupakan dua pemain ekonomi yang berbeda yang mungkin memiliki kepentingan yang bertentangan, dibahas dalam teori keagenan. Ichsan (2013), hubungan keagenan terjadi ketika satu atau lebih prinsipal memberikan instruksi kepada satu atau lebih agen untuk melaksanakan tugasnya mewakili mereka serta memberikan otonomi kepada agen untuk mengambil keputusan yang menguntungkan prinsipal. Konflik kepentingan atau pendapat antara manajemen (agen) dan pemilik (prinsipal) menimbulkan kesulitan keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa prinsipal, yang bisa jadi pemegang saham atau pemilik bisnis, memberikan izin kepada agen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan perjanjian. Menurut teori ini, agen akan beroperasi demi kepentingan terbaik prinsipal jika kedua pihak memiliki kepentingan bersama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Jika tidak, kepentingan prinsipal dan agen akan berbeda.

**Profitabilitas**

Penelitian Bagaskara dkk (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas operasional suatu perusahaan memegang peranan penting dalam memastikan keberlangsungan perusahaan di masa mendatang. Berdasarkan hasil penelitian Putra dan Gantino (2021), peningkatan profitabilitas suatu perusahaan merupakan indikasi dari Peluang masa depan perusahaan terlihat lebih baik, yang akan membuat investor lebih tertarik pada perusahaan. Ketika profitabilitas meningkat, kemampuan perusahaan untuk memulihkan investasinya juga meningkat, karena laba yang meningkat juga akan menyebabkan harga saham naik. Menurut teori sinyal, dengan cara ini, perusahaan dapat membiayai investasi dengan memanfaatkan dana dari sumber internal yang berasal dari keuntungan yang dicadangkan, meningkatkan nilai perusahaan, dan memberikan investor informasi yang jelas tentang laba. Sebagai tanggapan atas berita baik tentang kinerja perusahaan, investor akan membeli saham. Ini memungkinkan perusahaan untuk mendanai investasi dengan memanfaatkan dana dari laba ditahannya sendiri, sehingga meningkatkan nilai perusahaan sekaligus menawarkan informasi keuangan yang menguntungkan bagi investor. Menurut teori sinyal, investor akan membeli saham sebagai respons terhadap berita baik tentang kinerja perusahaan.

**Likuiditas**

Sebagaimana didefinisikan oleh Sudiani dan Darmayanti (2016), Likuiditas adalah kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya. Kasmir (2016:130) mendefinisikan rasio likuiditas sebagai metrik yang dipergunakan untuk menentukan berapa banyak investasi atau uang tunai yang dapat diubah menjadi uang tunai untuk membayar tagihan, biaya, dan utang lainnya yang harus dibayar.

Investor lebih baik dan lebih bersedia meminjamkan uang kepada perusahaan yang membayar tagihan dan dividen tepat waktu. Jika perusahaan tidak dapat membayar utangnya atau mengalami keterlambatan dalam membayar utang, nilai perusahaan dimata investor dan penyandang dana akan menjadi kurang baik, sehingga mereka akan mempertimbangkan untuk meminjamkan dana kepada perusahaan lain.

Semakin stabil sebuah perusahaan, semakin berharga pula nilai likuiditasnya. Ada kemungkinan perusahaan akan memenuhi utangnya tepat waktu, dan pasar akan bereaksi positif terhadap kapasitasnya untuk melakukannya. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan kinerja bisnis yang kuat dan membangun kepercayaan pasar terhadap organisasi. Dengan demikian, likuiditas berdampak pada nilai perusahaan (Wulandari, 2013)

***Leverage***

Leverage, seperti yang didefinisikan oleh Anugerah dan Suryanawa (2019), Indikator keuangan ini mengukur seberapa besar modal perusahaan berasal dari utang, atau seberapa baik posisi perusahaan untuk membayar kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Menurut Putra dan Gantino (2021), perusahaan dengan kekayaan yang baik akan memiliki rasio leverage yang rendah atau hampir sama.

Perusahaan dengan leverage kecil dianggap memiliki risiko investasi yang rendah karena tingkat leverage yang rendah menunjukkan besarnya utang yang dimiliki perusahaan dan tingkat risiko yang bersedia ditoleransi oleh investor jika mereka menginvestasikan modalnya. Saham perusahaan akan mengalami kenaikan harga karena tingginya permintaan dari para investor yang ingin membelinya. Nilai perusahaan akan meningkat sebagai respons terhadap harga saham yang tinggi, yang juga akan mengakibatkan penurunan leverage.

**Ukuran Perusahaan**

Ukuran sebuah perusahaan dapat diketahui dengan melihat nilai ekuitas, nilai penjualan, ataupun nilai total asetnya. Kapitalisasi pasar, penjualan, dan total aset semuanya dapat digunakan untuk mengukur perusahaan. Ukuran perusahaan juga memengaruhi nilai perusahaan, menurut Putra dan Gantino (2021). Mendapatkan pendanaan dari sumber dalam dan luar organisasi lebih mudah bagi bisnis yang lebih besar. Ukuran perusahaan memengaruhi nilainya. Karena perusahaan besar dinilai lebih tinggi daripada perusahaan kecil, ekspansi mereka berdampak pada nilai tersebut. Bisnis yang tumbuh cepat mendapatkan keuntungan dari reputasi positif di mata investor, yang mungkin menarik mereka untuk menyumbangkan uang. Karena akses mudah mereka ke pasar keuangan dan kapasitas untuk menghasilkan uang tambahan, perusahaan besar mampu menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan mereka untuk mengumpulkan dana. Kemudahan penggunaan ini dipandang baik oleh investor, yang meningkatkan valuasi perusahaan.

**Hipotesis**

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Bagaskara et al. (2021) menemukan bahwa profitabilitas operasional perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan kelangsungan hidup jangka panjangnya. Putra dan Gantino (2021) menegaskan bahwa peningkatan profitabilitas perusahaan menunjukkan kemungkinan masa depan yang lebih baik, yang akan meningkatkan nilai perusahaan yang dipersepsikan oleh investor. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang dibutuhkan; kemampuan untuk menghasilkan laba berkorelasi dengan kenaikan nilai saham. Profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan, menurut penelitian oleh Adfentari et al. (2020), Putra dan Gantino (2021), dan Faizra et al. (2022).

**H1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.**

### Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Sudiani & Darmayanti (2016) mendefinisikan likuiditas sebagai kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban langsungnya. Namun, rasio likuiditas, menurut Kasmir (2016:130), adalah rasio yang menggambarkan seberapa banyak uang tunai atau investasi dapat diubah menjadi uang tunai untuk menutupi semua biaya, utang, dan komitmen yang diperlukan seseorang. Ketika bisnis membayar dividen dan utangnya tepat waktu, investor merasa puas dan lebih bersedia meminjamkan uang kepada mereka di masa mendatang. Investor dan penyandang dana akan memandang perusahaan kurang baik dan dapat memutuskan untuk meminjamkan uang kepada bisnis lain jika perusahaan tidak dapat membayar tagihannya tepat waktu atau mengalami keterlambatan dalam melakukannya.

**H2 : *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahan.**

### Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat diartikan sebagai kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjangnya, atau sebagai rasio yang menunjukkan seberapa besar perusahaan didukung oleh utang, menurut Anugerah dan Suryanawa (2019). Leverage, dengan demikian, merupakan rasio keuangan yang dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar pendanaan perusahaan berasal dari pinjaman uang. Putra dan Gantino (2021) menegaskan bahwa bisnis dengan kondisi keuangan yang baik akan menunjukkan utangnya juga. Perusahaan dengan leverage yang rendah menunjukkan seberapa besar utang yang dimilikinya dan tingkat risiko yang bersedia diambil oleh investor ketika menginvestasikan uangnya, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko investasi yang rendah. Tingginya minat investor dalam membeli saham menunjukkan bahwa ada banyak permintaan terhadap saham perusahaan, yang berarti harga saham akan naik. Dengan harga saham yang tinggi, nilai perusahaan akan meningkat karena kurangnya leverage.

**H3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.**

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Kapitalisasi pasar, penjualan, dan total aset dapat digunakan untuk menilai suatu perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat diketahui dengan menilai nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai total asetnya. Menurut Putra dan Gantino (2021), ukuran suatu perusahaan mempengaruhi nilainya. Bagi organisasi yang lebih besar, memperoleh pendanaan internal dan eksternal menjadi lebih mudah. ​​Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh ukurannya. Nilai perusahaan yang besar dipengaruhi oleh ekspansinya karena perusahaan tersebut dinilai lebih tinggi daripada perusahaan yang kecil. Kemudahan penggunaan ini oleh investor dipandang sebagai indikator positif bahwa nilai perusahaan akan meningkat. Menurut penelitian Bagaskara dkk. (2021) dan Anugerah dan Suryanawa (2019), ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang baik terhadap nilainya.

**H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Metode**
 |  |

**Tipe Penelitian**

Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dari tahun 2020 hingga 2023 dan sampelnya terdiri dari 49 perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Hanya perusahaan yang telah menyediakan laporan keuangan tahunan lengkap dalam jangka waktu yang sama yang diperhitungkan dalam penelitian ini. Nilai perusahaan (Y) adalah variabel terikat dari penelitian ini, dan variabel bebasnya adalah profitabilitas (X1), likuiditas (X2), leverage (X3), dan ukuran perusahaan (X4).

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari tahun 2020 hingga 2023. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 95 perusahaan dan sampel yang dipilih sebanyak 49 perusahaan.. Hanya perusahaan yang telah menyediakan laporan keuangan tahunan lengkap dalam jangka waktu yang sama yang diperhitungkan dalam penelitian ini.

**Teknik Analisis Data**

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan analisis regresi linier berganda. Alat analisis diolah menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 19.0 dan Microsoft Excel untuk Windows 2007. Alat analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Hasil dan Pembahasan**
 |  |

**Pengujian Kelayakan Model (Uji Statistik F)**

**Table 1 Uji Kelayakan (Uji F)**

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 664413748885969280.000 | 4 | 166103437221492320.000 | 2.535 | .045b |
| Residual | 6224810887034782700.000 | 95 | 65524325126681920.000 |  |  |
| Total | 6889224635920751600.000 | 99 |  |  |  |
| *a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN* |
| *b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE* |

Sumber: Data diolah dengan *SPSS*.*19*

Mengacu pada hasil pengujian, nilai F hitung 2,535, sedangkan nilai F tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 2,47. Pada skenario ini, ketika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, hal ini menandakan bahwa variabel X dan Y memiliki pengaruh secara simultan terhadap kekayaan bersih perusahaan. Atau, tabel ANOVA menunjukkan bahwa terdapat probabilitas tertinggi 0,045. Mengingat bahwa tingkat signifikansi penelitian ini sedikit di bawah 0,05 (0,045 < 0,05), hasilnya dapat dimanfaatkan untuk menilai persyaratan model.

**Hasil Uji Parsial (Uji-t)**

Uji signifikansi variabel dalam model regresi linier berganda dengan menggunakan uji-t disajikan dalam tabel;

**Table 2 Uji t (Uji Parsial)**

|  |
| --- |
| ***Coefficientsa*** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 2491874302.289 | 109770419.190 |  | 22.701 | .000 |
| PROFITABILITAS | .045 | .021 | .213 | 2.130 | .036 |
| LIKUIDITAS | 1.296 | .627 | .215 | 2.068 | .041 |
| LEVERAGE | .001 | .047 | .002 | .016 | .987 |
| UKURAN PERUSAHAAN | .002 | .064 | .003 | .029 | .977 |
| 1. *Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN*
 |

 Berdasarkan hasil pengujian, nilai hitung 2,130 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,9852, dan nilai signifikan profitabilitas dan Likuiditas adalah 0,036% (0,036 < 0,05) dan 0,041% (0,041 < 0,05). Ini mengindikasikan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara faktor-faktor profitabilitas, dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan adalah 0,987% (0,987 > 0,05) dan 0,977 (0,977 > 0,05) artinya tidak ada pengaruh signifikan antara *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Profitabilitas* (X1) Terhadap Nilai Perusahaan

 Temuan penelitian memperlihatkan nilai hitung 2,130 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,9852, dan nilai signifikan 0,036% (0,036 < 0,05). Ini mengindikasikan bahwa profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan profitabilitas secara langsung meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hambatan likuiditas yang lebih tinggi dengan demikian meningkatkan posisi perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra dan Gantino (2021), Adfentari dkk. (2020), dan Faizra dkk. (2022), yang semuanya memperlihatkan adanya korelasi positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas (X2) Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai signifikansi Likuiditas 0,041 ( 0,041 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,068 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,9852. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Likuiditas. Hasil ini mengimplikasikan bahwa peningkatan likuiditas meningkatkan nilai perusahaan. Akibatnya, ketika tingkat likuiditas perusahaan naik, begitu pula nilainya. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Yadnya (2019) dan Lubis dkk. (2018) memberikan bukti bahwa likuiditas berdampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Leverage (X3) Terhadap Nilai Perusahaan

 Hasil analisis regresi parsial antara variabel *Leverage* dengan Nilai Perusahaan ditentukan oleh nilai Sig. 0,987 (0,987>0,05) dan nilai t hitung 0,016 < t tabel 1,9852. Dapat ditarik simpulan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh secara signifikan, setidaknya tidak dalam arti parsial. Dengan demikian Hₒ diterima dan H₃ ditolak. Berdasarkan hasil hitung tersebut, implikasinya adalah leverage tidak memiliki dampak yang berarti terhadap kekayaan bersih perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ndruru et al., (2020) *Leverage* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X4) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan tidak signifikan secara statistik, yang terlihat dari nilai Sig. 0,977 (0,977% >0,05). Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa Nilai Perusahaan tidak terpengaruh secara signifikan. Berdasarkan hasil analisis tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memberikan pengaruh yang merugikan terhadap Nilai Perusahaan.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Simpulan**
 |  |

Berdasarkan data dan hasil analisis data yang telah dilakukan, Profitabilitas dan Likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai kekayaan bersih perusahaan yang dapat digunakan untuk menyediakan penyangga terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Leveraged* dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan nilai kekayaan bersih perusahaan, manajemen perusahaan dapat meningkatkan dan berkonsentrasi pada peningkatan profitabilitas dan likuiditas dalam bisnis. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha didorong untuk memiliki kapasitas dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja agar dapat mencapai tingkat laba atau rugi yang diinginkan. Hal ini akan memungkinkan efektivitas operasional usaha meningkat dan menarik minat investor dengan menjamin kesejahteraan mereka dan pertumbuhan usaha mereka di masa mendatang.

|  |  |
| --- | --- |
| **Daftar Rujukan** |  |

Adfentari, I., Sumiati, A., & Fauzi, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016- 2018. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, *1(2)*, 386–395. http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/104/131

Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusaaan Pada Nilai Perusahaan. *Akuntansi*, *26 2324*. https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p24

Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, *23(1)*, 29–38.

Brigham Eugene F dan Houston Joel F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Essentials of Financial Management* (Edisi 11 B). Salemba Empat.

Faizra, Y. L. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *22*(2), 176–188. https://doi.org/10.30596/11507

Himawan, Hardika Mas and Dr. Wuryan Andayani,, SE., Msi., A. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018*. Universitas Brawijaya.

Ichsan, R., & Taqwa, S. (2013). Pengaruh Informasi Laba, Kebijakan Dividend dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Wahana Riset Akuntansi*, *1*(2), 243–258. http://ejournal.unp.ac.id/index.php/wra/article/view/2640/2240

Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. RajaGrafindo Persada.

Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *11 (1)*, 81–96. https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/20338/pdf