

Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Maichel Andrian¹
Bambang Sugeng Dwiyanto^{2*}

^{1,2}Universitas Proklamasi 45, Indonesia

*Korespondensi penulis: bsugengd@up45.ac.id

Abstract. This study examines the influence of firm size, leverage, and profitability on firm value. Firm size is measured using the Natural Logarithm (\ln) of Total Assets, leverage with the Debt to Equity Ratio (DER), profitability with Return on Equity (ROE), and firm value with Price to Book Value (PBV). This is a quantitative study with a sample of 55 consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) (275 data points), selected through purposive sampling. Data was obtained from the IDX website and relevant companies. The study was analyzed using descriptive statistics, basic and classical assumption tests, multiple linear regression, as well as F and t-tests with the assistance of SPSS 20. Based on the F-test results, the three variables collectively have a significant influence on firm value. Meanwhile, the t-test results indicate that firm size has a significantly negative effect, leverage has a significantly positive impact, and profitability has a significantly negative influence on firm value.

Keywords: Firm Value (PBV); Firm Size (\ln); Leverage (DER); Profitability (ROE).

Abstrak. Penelitian ini mengkaji pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma Natural* (\ln) Total Aset, leverage dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), profitabilitas dengan *Return on Equity* (ROE), dan nilai perusahaan dengan *Price to Book Value* (PBV). Studi ini bersifat kuantitatif dengan sampel 55 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI (275 data), diperoleh melalui *purposive sampling*. Data diakses dari situs BEI dan perusahaan terkait. Penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi dasar dan klasik, regresi linear berganda, serta uji F dan t dengan bantuan SPSS 20. Berdasarkan hasil uji F, ketiga variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan, leverage berdampak positif signifikan, dan profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan (PBV); Ukuran Perusahaan (Ln); Leverage (DER); Profitabilitas (ROE).

Info Artikel:

Diterima: 18 Maret 2025

Disetujui: 30 Maret 2025

Diterbitkan daring: 30 April 2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.30588/jmt.v2i01.2584>

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan pertumbuhan ekonomi pesat, sektor industri barang konsumsi berperan penting dalam perekonomian Indonesia melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat dan kontribusi terhadap PDB. Memahami faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor ini menjadi krusial. Nilai perusahaan, sebagai indikator utama keputusan investasi, bertujuan untuk meningkat sejalan dengan pertumbuhan investor (Puspitasari & Sunarto, 2024). Teori Sinyal menyatakan bahwa informasi kinerja yang positif dalam laporan keuangan meningkatkan kepercayaan investor.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh harga saham dan peluang investasi, yaitu harga saham yang lebih tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putri et al., 2024). Faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas (Rizqia et al., 2013). Ukuran perusahaan mencerminkan total aset, yakni semakin besar aset, semakin menarik bagi investor karena stabilitas dan akses pendanaan eksternal (Anisa et al., 2021).

Leverage mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan. Rasio *leverage* yang tinggi dapat meningkatkan risiko dan mengurangi minat investor (Wahyuningrum & Sunarto, 2023). Studi menunjukkan *leverage* berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, karena pemanfaatan dana eksternal yang kurang optimal (Ambarani et al., 2024), profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan menarik investor karena menjamin pengembalian yang baik (Wicaksono & Fitriati, 2022). Profitabilitas optimal dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan (Aziz & Widati, 2023), serta berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan efisiensi pengelolaan dana (Anisa et al., 2021).

Dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor ini dipilih karena kontribusinya terhadap perekonomian serta dinamikanya akibat perubahan preferensi konsumen dan inovasi produk. Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi manajer dalam pengambilan keputusan strategis serta membantu investor menilai prospek dan risiko investasi.

KAJIAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Putri dan Sunarto (2022), teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal melalui laporan keuangan guna mengurangi asimetri informasi. Perusahaan dengan prospek baik cenderung memberikan sinyal positif kepada investor. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Grecia et al. (2020) yang mengungkapkan bahwa peningkatan utang sebagai sinyal positif dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Investor menafsirkan sinyal ini sebagai indikator bahwa perusahaan memiliki prospek keuangan yang stabil dan menguntungkan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar terhadap bisnis yang tercermin dalam harga saham. Wahyuningrum dan Sunarto (2023) menyebutkan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat melalui strategi keuangan yang tepat, termasuk keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Grecia et al. (2020) menekankan bahwa nilai perusahaan dihitung berdasarkan *Price to Book Value* (PBV) dengan rumus [1].

$$\text{PBV} = (\text{Harga Pasar per Lembar Saham}) / (\text{Nilai Buku per Lembar Saham}) \quad \dots\dots\dots [1]$$
$$\text{BV} = (\text{Total Ekuitas}) / (\text{Jumlah Saham yang beredar})$$

Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menurut Rifqah (2022) adalah:

1. Keputusan Investasi – Penempatan dana dalam aset produktif untuk meningkatkan laba dan daya saing perusahaan.
2. Keputusan Pendanaan – Struktur modal yang mencerminkan keseimbangan antara utang dan ekuitas.
3. Keputusan Manajemen Aset – Efisiensi dalam pengelolaan aset yang berdampak pada profitabilitas dan nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan total aset yang dimiliki, yang berpengaruh terhadap akses pendanaan dan daya saing. Menurut Puspitasari dan Sunarto (2024), perusahaan besar memiliki daya tarik lebih tinggi bagi investor karena dianggap lebih konsisten dan dapat memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Atmikasari et al. (2020) mendefinisikan bahwa “ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun”, sedangkan Ambarani et al. (2024) menekankan bahwa perusahaan besar memiliki lebih banyak peluang ekspansi dan investasi. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus [2].

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Assets}) \quad \dots\dots\dots [2]$$

Perusahaan berukuran besar cenderung memiliki tingkat risiko yang lebih rendah serta akses pendanaan yang lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil.

Leverage

Leverage menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya. Menurut Welly et al. (2019), *leverage* memiliki dua jenis utama:

1. *Operating Leverage*; Mengukur sensitivitas laba operasional terhadap perubahan penjualan.
2. *Financial Leverage*; Mengindikasikan penggunaan utang dalam pembiayaan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan.

Leverage diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang dihitung dengan rumus [3].

$$\text{DER} = (\text{Total Hutang}) / (\text{Modal Sendiri}) \quad \dots [3]$$

DER yang tinggi menunjukkan ketergantungan pada utang yang lebih besar dan dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Penelitian lain menunjukkan bahwa tingkat leverage yang tinggi dapat menurunkan *Dividend Payout Ratio* (DPR), sehingga mengurangi daya tarik investasi (Grecia et al., 2020).

Profitabilitas

Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang dimiliki. Wicaksono dan Fitriati (2022) menyatakan bahwa profitabilitas dapat dilihat dari tingkat pengembalian terhadap ekuitas pemegang saham. Rifqah (2022), serta Aziz dan Widati (2023) menyebutkan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan manajemen yang baik dalam penggunaan aset dan modal. Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return on Equity* (ROE) yang dihitung berdasarkan rumus [4].

$$\text{Return on Equity} = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} / \text{Ekuitas Pemegang Saham} \quad \dots [4]$$

ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modalnya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

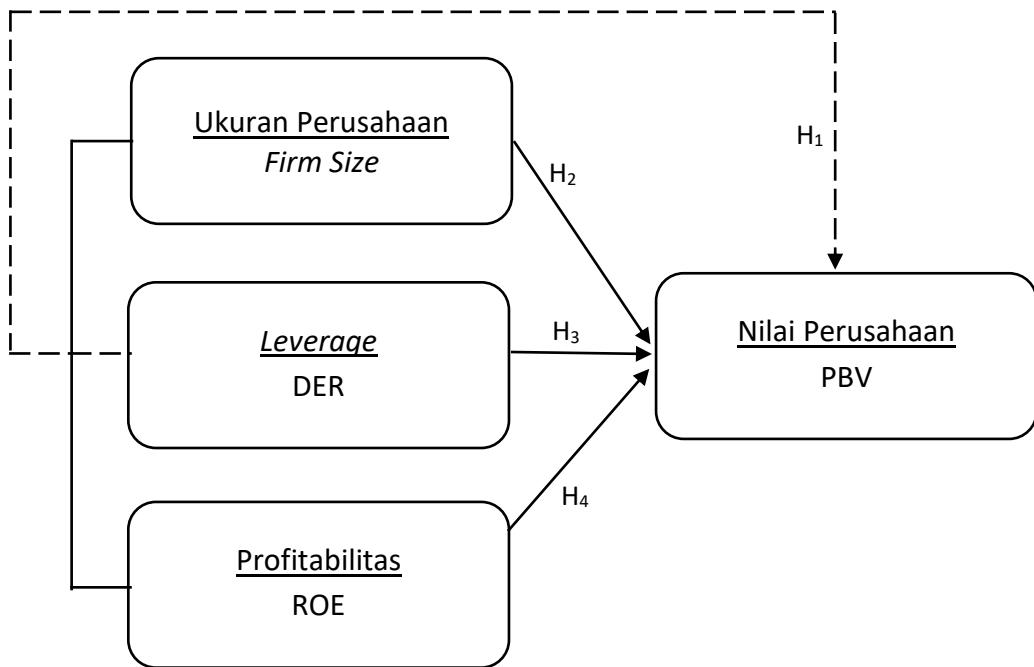
Kerangka Pemikiran

Kerangka yang ditunjukkan pada Gambar 1 merupakan model penelitian ini yang terdiri atas variabel independent, yaitu ukuran perusahaan (*Firm Size*), leverage (DER), dan profitabilitas (ROE), sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan (PBV) yang ditunjukkan melalui rasio *Price Book Value*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur hubungan antara variabel dalam bentuk numerik. Pengumpulan dan analisis data dilakukan menggunakan alat statistik yang sesuai dengan variabel penelitian.



Gambar 1. Model Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak di sektor industri barang konsumsi dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengumpulan dan pengolahan data sekunder berlangsung mulai tanggal 7 Oktober 2024 hingga 3 Februari 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi terdiri dari perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2019-2023. Sampel ditentukan dengan purposive sampling berdasarkan kriteria:

1. Perusahaan yang beroperasi di sektor industri barang konsumsi dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2019-2023.
2. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan sepanjang periode penelitian.
3. Perusahaan merilis laporan keuangan serta laporan tahunan selama periode penelitian dan menyajikan data secara lengkap sesuai dengan kebutuhan penelitian.
4. Periode laporan keuangan perusahaan berakhir pada 31 desember dan telah diaudit serta disajikan dalam mata uang Rupiah.

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah tersedia tanpa dikumpulkan langsung dari sumber utama. Data sekunder yang digunakan berupa laporan keuangan perusahaan di sektor industri barang konsum-

si yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2019-2023. Data tersebut dapat diakses melalui situs resmi BEI di www.idx.co.id.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 guna mempermudah proses pengolahan dan analisis data. Tahapan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data berdasarkan nilai rata-rata (mean), median, standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum. Pengujian ini membantu memahami karakteristik variabel tanpa membuat kesimpulan secara umum. Selain itu, statistik deskriptif juga diterapkan dalam analisis korelasi, regresi, maupun perbandingan rata-rata antara sampel dan populasi.

2. Uji asumsi dasar

a) Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan distribusi normal atau tidaknya variabel dalam regresi. Model regresi yang baik memiliki residual terdistribusi normal, yang dapat dilihat melalui *grafik P-P Plot* atau dengan Metode uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan dengan kriteria bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) $\geq 0,05$.

b) Uji Lineartias

Uji linearitas digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang linear atau mendekati linear secara signifikan antara dua variabel. Selain itu, uji ini juga berperan dalam pemilihan model regresi yang akan digunakan. Menurut Puspita & Widodo, (2020), dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas didasarkan pada nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih dari atau sama dengan 0,05, maka antara variabel X dan Y memiliki hubungan yang bersifat linear. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka antara kedua variabel cenderung mendekati linear.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi saat variabel bebas memiliki korelasi tinggi dalam model regresi. Deteksinya menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Jika $VIF > 10$ atau $Tolerance < 0,1$, terjadi multikolinearitas (Wijono et al., 2023).

b) Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual tidak konstan. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji autokorelasi.

Uji autokorelasi mendeteksi korelasi antara residual dalam data time series menggunakan uji *Durbin-Watson* (Hapsari, 2011). Jika DW berada antara -2 dan +2, tidak terkena gejala autokorelasi.

4. Analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Analisis regresi penelitian ini didasarkan pada formula [5].

$$Y = A + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e \quad \text{-----[5]}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ = Koefisien regresi

X₁, X₂, ..., X_n = Variabel independen

e = Residual

Koefisien regresi yang tidak terstandar memberikan interpretasi langsung mengenai dampak variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Uji hipotesis

a) Uji F (simultan)

Uji F dilakukan guna menilai sejauh mana variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan.

b) Uji t (parsial)

Uji t dilakukan sebagai alat ukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Aditya dan Nugroho (2016), statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik objek penelitian didasarkan pada data sampel atau populasi tanpa melakukan analisis lebih lanjut atau menarik kesimpulan umum mengenai objek tersebut. Uji analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa hasil pengujian analisis statistik deskriptif dengan jumlah sampel 275 perusahaan. Variabel Ln Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai minimum sebesar -1,72800, nilai maksimum 4,03939, rata-rata 0,6252962, dan standar deviasi 1,06591595. Variabel Ln Ukuran Perusahaan (X₁) memiliki nilai minimum 3,20498, nilai maksimum 3,49225, rata-rata 3,3625239, dan standar deviasi 0,05841785. Variabel Ln Leverage (X₂) memiliki nilai minimum -2,27, nilai maksimum 3,64, rata-rata 0,0236, dan standar deviasi 1,11010. Sementara itu, variabel Profitabilitas (X₃) memiliki nilai mini-

mum -2,58789, nilai maksimum 1,45088, rata-rata 0,0309162, dan standar deviasi 0,42884017.

Uji Asumsi Dasar

a) Uji Normalitas

Menurut Hapsari (2011), uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel dependen dan variabel independen, dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang bagus seharusnya menunjukkan distribusi data yang normal atau mendekati normal. Sementara itu, menurut Permadi et al. (2020), *distribusi residual* dapat dikatakan normal jika titik-titik data berada di sekitar atau mengikuti garis diagonal. Berdasarkan Uji *Normal P-P Plot of Regression Standardized*, hasil grafik menunjukkan bahwa distribusi data residual mengikuti pola normal, dengan titik-titik yang tersebar di sekitar serta sejajar dengan garis diagonal. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S) menggambarkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,554 > 0,05$. Dengan demikian, residual memiliki distribusi normal.

b) Uji Linearitas

Menurut Puspita dan Widodo (2020), uji linearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang linear atau mendekati linear secara signifikan antara dua atau lebih variabel. Berdasarkan hasil uji linearitas, nilai signifikansi pada baris linearity dan deviation from linearity untuk variabel ukuran perusahaan (X_1), leverage (X_2), dan profitabilitas (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y) masing-masing sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen menunjukkan hubungan yang mendekati linear dengan nilai perusahaan (Y).

Uji Asumsi Klasik

Menurut Anisa et al. (2021), uji asumsi klasik pada model regresi dilakukan untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan termasuk model yang baik atau tidak.

a) Uji Multikolinearitas

Menurut Purba et al. (2020), uji multikolinearitas dilakukan guna mendeteksi adanya hubungan antar variabel independen dalam model regresi, di mana model yang ideal seharusnya tidak memiliki korelasi tersebut. Multikolinearitas terjadi jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10 dan *tolerance* kurang dari 0,1.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (X_1) memiliki *tolerance* sebesar $0,928 > 0,1$ dan VIF $1,077 < 10$, Leverage (X_2) memiliki *tolerance* $0,795 > 0,1$ dan VIF $1,258 < 10$, serta Profitabilitas (X_3) memiliki *tolerance* $0,760 > 0,1$ dan VIF $1,316 < 10$. Karena semua variabel memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

b) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pendapat Hidayat dan Khotimah (2022), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance residual* dalam model regresi, di mana model yang baik seharusnya bebas dari heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji Glejser, yang menunjukkan perbedaan signifikan dalam gejala heteroskedastisitas pada setiap variabel.

Ukuran Perusahaan (X1) dengan signifikansi $0,768 > 0,05$ dan Profitabilitas (X3) dengan $0,354 > 0,05$ tidak mengalami heteroskedastisitas, sementara Leverage (X2) dengan $0,000 < 0,05$ menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga hanya leverage yang menyebabkan ketidakstabilan residual dalam model regresi ini.

c) Uji Autokorelasi

Mengacu pada Putri et al. (2024), uji autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi hubungan antara kesalahan *residual* pada periode t dengan kesalahan *residual* pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi linear. Dalam penelitian ini, *Durbin-Watson Test (DW test)* digunakan untuk mendeteksi autokorelasi.

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh adalah 0,695. Karena nilai ini berada dalam rentang -2 hingga +2 ($-2 < 0,695 < +2$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi bertujuan mengetahui hubungan antarvariabel dalam penelitian. Menurut Anisa et al., (2021), analisis regresi linear berganda dilakukan guna menguji pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan [6].

$$Y = 8,526 - 2,354 X_1 + 0,405 X_2 + 0,790 X_3 + e \quad [6]$$

Unstandardized Coefficients Beta menunjukkan hubungan langsung antarvariabel dalam satuan aslinya. Konstanta 8,526 merepresentasikan nilai Y saat variabel independen bernilai nol. Koefisien ukuran perusahaan (-2,354) menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan, nilainya cenderung menurun. Koefisien leverage (0,405) dan profitabilitas (0,709) mengindikasikan pengaruh positif yang berarti peningkatan *leverage* dan profitabilitas berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Tabel 1. Uji F

ANOVA ^a					
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	48,997	3	16,332	16,873
	Residual	262,315	271	,968	
	Total	311,312	274		

^aDependent Variable: LN Nilai Perusahaan

^bPredictors: (Constant), Profitabilitas, LN Ukuran Perusahaan, LN Leverage_DER

Uji Hipotesis

1) Uji F (Simultan)

Menurut Basri et al., (2023) uji simultan (uji F) dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) secara simultan terhadap variabel terikat (dependen). Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 16,873 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F tabel bernilai 2,64 dengan signifikansi 0,05. Atau $F_{hitung} (16,873 > 2,64)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa *LN Ukuran Perusahaan*, *LN Leverage*, dan *Profitabilitas* secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023.

2) Uji t (Parsial)

Menurut Imron (2019), uji t digunakan guna menganalisis dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Selain itu, uji t juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis setiap variabel.

**Tabel 2. Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	8,526	3,550	2,402	,017
	LN Ukuran Perusahaan	-2,354	1,056	-,129	,229 ,027
	LN Leverage_DER	,405	,060	,422	6,741 ,000
	Profitabilitas	,790	,159	,318	4,969 ,000

^aDependent Variable: LN Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi, sehingga hipotesis pertama diterima. Namun, secara individu, ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama ditolak. Sementara itu, leverage menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mendukung hipotesis ketiga. Profitabilitas juga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat diterima.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien	Keterangan
H1	Pengaruh positif Ukuran Perusahaan, Leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	$F_{hitung} 16,873 > F_{tabel} 2,64$ Nilai Sig 0,000 < 0,05	Hipotesis Diterima
H2	Pengaruh positif Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan	$T_{hitung} -2,229 < T_{tabel} 1,650$ Nilai Sig 0,027 < 0,05	Hipotesis Ditolak
H3	Pengaruh positif Leverage terhadap nilai perusahaan	$T_{hitung} 6,741 > T_{tabel} 1,650$ Nilai Sig 0,000 < 0,05	Hipotesis diterima
H4	Pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan	$T_{hitung} 4,969 > T_{tabel} 1,650$ Nilai Sig 0,000 < 0,05	Hipotesis diterima

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis dampak variabel independen, yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas, terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Populasi penelitian mencakup perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Sampel penelitian terdiri atas 55 perusahaan yang dipilih melalui metode *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan SPSS 20. Dari empat hipotesis yang diajukan, tiga diterima dan satu ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Namun, ukuran perusahaan secara individu memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Sebaliknya, leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, mendukung hipotesis ketiga (H3), sementara profitabilitas juga menunjukkan pengaruh positif signifikan, sehingga hipotesis keempat (H4) diterima.

Saran

Optimalisasi *leverage* penting bagi industri barang konsumsi untuk mendukung operasional dan ekspansi, dengan menjaga rasio dalam batas aman demi stabilitas keuangan. Profitabilitas dapat ditingkatkan melalui efisiensi operasional, pengelolaan biaya, dan strategi pemasaran. Bagi investor, *leverage* (DER) dan profitabilitas (ROE) menjadi indikator utama dalam keputusan investasi, sehingga analisis laporan keuangan dan diversifikasi portofolio diperlukan untuk mengurangi risiko. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti kebijakan dividen, tata kelola, inovasi, atau kondisi makroekonomi, serta memperluas cakupan sektor dan periode studi guna menguji universalitas hubungan antarvariabel dengan metode seperti *panel data regression* atau SEM untuk hasil lebih kuat.

REFERENSI

- Aditya, M. R., & Nugroho, M. A. (2016). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2010-2014. *Jurnal Profita*, 4(4), 1–11.
- Ambarani, A., Miharja, K., Yudanti, A., & Diva, V. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, 1(2), 122–136. <https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.149>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverages. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 626–640. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.708>

- Atmikasari, D., Indarti, I., & Aditya, E. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(1), 25–34. <https://doi.org/10.37470/1.22.1.158>
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Basri, H., Ma'mun, M. Y., & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
- Grecia, A. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018). *Skripsi*, Repository Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya. <https://repositori.ukwms.ac.id/id/eprint/20865/>
- Hapsari, I. (2011). Hubungan antara Good Corporate Governance dan Transparansi dengan Kinerja Perusahaan. *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub sektor Kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Purba, A. P., Sidauruk, S. D., & Munawarah, M. (2020). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Mnufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2015-2017. *Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 585–592. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.297>
- Puspita, D., & Widodo, S. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT Persada Arkana Buana. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 31–41. <https://doi.org/10.35968/36k4vb89>
- Puspitasari, F. I., & Sunarto. (2024). The Influence of Leverage, Profitability, Company Size and Company Growth on Firm Value (Empirical Study on Property and Real Estate Companies Listed on the BEI in 2016-2022). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 2698–5714. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.6969>
- Putri, M. E., & Sunarto, S. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 246–256. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1896>
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset terhadap Nilai

- Perusahaan. *Owner*, 8(2), 1823–1838. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1997>
- Rifqah, R. H. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Delta Djakarta, Tbk. yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Akuntansi Prima*, 4(1), 80–88.
<https://doi.org/10.34012/japri.v4i1.2559>
- Rizqia, D. A., Aisjah, S., & Sumiati, S. (2013). Effect of Managerial Ownership , Financial Leverage , Profitability , Firm Size , and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(11), 120–130.
- Permadi, A. S., Purtina, A., & Jailani, M. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Motivasi Belajar. *Tunas: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(1), 16–21. <https://doi.org/10.33084/tunas.v6i1.2071>
- Wahyuningrum, A. D., & Sunarto, S. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 122–136. <https://doi.org/10.34128/ira.v6i1.179>
- Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. (2019). Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.37403/financial.v5i2.115>
- Wicaksono, B. T., & Fitriati, I. R. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 989–999.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2130>
- Wijono, D., Dwiyanto, B. S., Risdwiyanto, A., & Jemadi, J. (2023). Pengaruh ROA, NIM, dan BOPO terhadap Harga Saham Perbankan LQ20 di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2022 Menggunakan Analisis Data Panel. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 632–646.
<https://doi.org/10.30588/imp.v12i2.1558>