



Analisis Faktor yang Memberi Dampak pada Nilai Perusahaan

Endah Prastyoningsih^[1], Wulan Suryandani^[2]

^{[1][2]} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang
endahprasetyoo@gmail.com^[1], wulansuryandani@gmail.com^[2]

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima pada 15 Juni 2024
Disetujui pada 26 Juni 2024
Dipublikasikan pada 30 Juni 2024

Kata Kunci:

Nilai Perusahaan,
Profitabilitas, Likuiditas,
Leverage, Ukuran
Perusahaan.

ABSTRAK

Nilai suatu bisnis dapat diperlihatkan melalui harga saham yang dibuat di pasar modal dari pemesanan dan penawaran. Studi ini memiliki kegunaan untuk memperlihatkan bagaimana profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran suatu perusahaan berdampak pada nilainya pada perusahaan yang tergabung di BEI dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang tergabung di BEI selama dari tahun 2018 hingga 2022 adalah populasi yang digunakan dalam studi ini. Data yang didokumentasikan dalam studi ini dikumpulkan melalui metode pengambilan kriteria-kriteria tertentu. Tujuh perusahaan terlibat sebagai sampel selama lima tahun penelitian, dan mereka menghasilkan total 35 observasi yang dapat dikatakan bahwa data yang digunakan merupakan data sekunder. Data dipelajari melalui analisis regresi linear berganda. Studi ini memiliki temuan yang masing-masing memberi dampak pada nilai perusahaan yaitu; profitabilitas memberikan dampak positif signifikan, likuiditas memberi negatif signifikan, leverage memberi dampak negatif tidak signifikan dan ukuran perusahaan memberi dampak positif tidak signifikan. Selanjutnya temuan dari hasil pengujian determinasi menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diteliti hanya memiliki cakupan penjelasan sebanyak 7,9% pada variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sisanya diterangkan oleh penyebab lain diluar fokus tujuan penelitian.

PENDAHULUAN

Dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat di Indonesia, ada persaingan bisnis yang berdampak pada bisnis. Persaingan mendorong setiap bisnis untuk lebih baik bekerja untuk mendapatkan tujuan utamanya, yaitu memiliki nilai perusahaan yang terbaik, mensejahterakan pemegang saham serta menghasilkan keuntungan maksimal. Perusahaan yang sudah terkenal biasanya meningkatkan nilai untuk mencari perhatian investor. Nilai perusahaan dijelaskan sebagai nilai yang dimiliki oleh perusahaan saat dijual. Harga saham yang ada di pasar bursa serta penetapannya dilakukan oleh pelaku pasar pada saat tertentu disebut nilai pasar.

Berikut ini data nilai perusahaan yang dipublikasikan dengan *Price Book Value (PBV)* pada perusahaan *food and beverage* periode 2018-2022.

Tabel 1 Data Price Book Value (PBV) Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2018-2022

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022	Keterangan
1	ADES	1.18	1.09	1.23	2	3.17	Naik
2	AISA	0.16	-0.33	4.38	2.18	1.71	Fluktuatif
3	ALTO	2.29	2.3	1.82	1.69	0.32	Fluktuatif
4	BTEK	6.74	1.08	1.39	1.48	1.92	Fluktuatif
5	BUDI	0.36	0.39	0.36	0.63	0.76	Naik
6	CAMP	2.36	2.35	1.85	1.67	1.91	Fluktuatif
7	CEKA	6.56	6.12	0.84	0.81	0.76	Turun
8	CLEO	9.88	7.91	6.71	5.63	5.62	Turun
9	DLTA	3.75	4.5	3.47	2.97	3.07	Fluktuatif
10	FOOD	-1.07	1.19	1.36	2.22	2.56	Naik
11	GOOD	3.04	4.28	3.65	7.37	6.80	Fluktuatif
12	HOKI	3.21	3.48	3.67	2.62	1.49	Fluktuatif
13	ICBP	5.56	5.73	3.79	2.99	3.19	Fluktuatif
14	IHKP	28.67	4.68	5.29	6.13	7.43	Fluktuatif
15	INDF	1.35	1.14	1.42	1.15	1.1	Fluktuatif
16	KEJU	36.24	33.24	34.61	43.03	43.05	Fluktuatif
17	MLBI	40.24	47.53	14.26	14.96	17.58	Fluktuatif
18	MYOR	3.82	4.74	5.5	4.1	4.43	Fluktuatif
19	PCAR	75.81	14.81	9.79	4.88	1.6	Turun
20	PSDN	1.68	1.94	3.83	-7.32	-1.91	Fluktuatif
21	ROTI	2.35	2.62	2.61	2.95	3.05	Fluktuatif
22	SKBM	4.34	0.79	0.68	0.67	0.65	Turun
23	SKLT	3.05	2.92	2.65	3.08	2.3	Fluktuatif
24	STTP	3.58	2.78	4.71	3.02	2.57	Fluktuatif
Rata-rata		10.21	6.55	4.99	4.62	4.79	Fluktuatif

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2023

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas, nilai *price book value* (PBV) pada perusahaan *food and beverage* pada tahun 2018-2022 cenderung mengalami fluktuatif. Adapun dari tahun 2018 ke tahun 2019 rata-rata *price book value* (PBV) pada perusahaan *food and beverage* mengalami penurunan sebesar 3.66%. Tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 1.56%. Tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0.37%. Sedangkan di tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 0.17%.

Perusahaan makanan dan minuman tergabung di BEI adalah subjek studi ini. Perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kontribusi PDB terbesar, dengan pertumbuhan 3,57% di tahun 2022, lebih tinggi dari periode tahun sebelumnya yang memiliki persentase 3,49%. Perusahaan makanan dan minuman terus mampu tumbuh meskipun pandemi COVID-19 dan berpengaruh sangat besar pada pertumbuhan industri nonmigas sebesar 4,88% dari Januari hingga September 2022 (Kemenperin, 2022).. Perusahaan tersebut dipelajari karena merupakan sub bidang sektor yang berkembang pesat serta mempunyai kemampuan untuk bersaing. Sektor tersebut juga merupakan harapan bagi kemajuan perusahaan manufaktur dan ekonomi Indonesia, perusahaan yang dipelajari merupakan perusahaan yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat dan tentu saja perusahaan pada bidang ini mampu

bertahan dari dampak situasi krisis dan tidak terdampak pada perubahan situasi ekonomi makro. Pertumbuhan masyarakat dalam bidang makanan dan minuman di BEI memberikan harapan positif.

Profitabilitas adalah komponen pertama yang dapat memberi dampak pada nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kesanggupan perusahaan dalam mendapatkan pendapatan atau laba. Profitabilitas adalah rasio yang dimanfaatkan untuk memberi penilaian manajemen suatu perusahaan dapat menunjukkan keuntungan (Oktaviarni, 2019). Profitabilitas dalam studi ini dilakukan dijelaskan oleh indikator yang dikenal sebagai Return on Asset (ROA), atau perbandingan laba bersih dengan semua aktiva perusahaan. Karena tingkat pengembalian yang diperoleh akan meningkat, profitabilitas tinggi memperlihatkan kinerja perusahaan yang lebih baik (Yanti & Abundanti, 2019). Penelitian oleh Oktaviarni (2019) menemukan bahwa profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan secara signifikan. Di sisi lain, penelitian oleh Rizkia & Akhmad (2023) menemukan bahwa dampaknya terhadap nilai perusahaan tidak signifikan.

Likuiditas adalah komponen kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan. Kemampuan suatu organisasi untuk melaksanakan tugas jangka pendeknya diukur dengan rasio likuiditasnya. Current ratio (CR), rasio adalah alat untuk menentukan kesanggupan perusahaan untuk melunasi tanggungan jangka pendek melalui aset lancar yang dimilikinya, dibandingkan dengan kewajiban jangka pendek yang tersedia untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, adalah indikator yang digunakan untuk menjelaskan likuiditas (Hamdani et al., 2020). Perusahaan yang memiliki banyak uang dapat membagikan dividen yang lebih tinggi tanpa mengambil risiko yang besar. Peningkatan dividen payout akan meningkatkan nilai perusahaan karena memberi tahu pemegang saham tentang laba dan prospek masa depan (Profitabilitas et al., 2019). Studi Yanti dan Darmayanti (2019) menemukan bahwa likuiditas berdampak positif signifikan pada nilai perusahaan, tetapi studi (Profitabilitas et al., 2019) memperlihatkan bahwa likuiditas berdampak negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Leverage adalah komponen ketiga dapat memberi dampak pada nilai perusahaan. Leverage diartikan sebagai penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai operasionalnya. Ini juga merupakan strategi perusahaan untuk menggunakan pendanaan di luar perusahaan (Hidayatul Fateha Anni'Mah et al., 2021). Perbandingan utang total perusahaan terhadap modal sendiri dapat disebut sebagai Debt to equity ratio (DER) yaitu alat yang digunakan untuk menjelaskan leverage. Bisnis dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung mempunyai risiko investasi yang tinggi juga. Risiko investasi yang tinggi tentunya akan memberikan sinyal yang tidak menguntungkan bagi investor untuk menanamkan modal mereka di bisnis tersebut. Penelitian Dina & Wahyuningtyas (2022) mempunyai hasil dimana leverage memberi dampak negatif pada nilai perusahaan. Sementara itu, temuan Utama dan Lisa (2018) yaitu leverage memberi dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dapat diukur dari tingkat penjualan, ekuitas, atau aktiva. Menurut Yanti dan Darmayanti (2019), jumlah aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan yang dapat digunakan untuk menjalankan operasinya disebut sebagai ukuran perusahaan. Karena nilai total aset biasanya lebih besar daripada variabel keuangan lainnya. Adanya ukuran perusahaan adalah sinyal yang baik karena para investor akan menaruh perhatian pada perusahaan yang lebih besar, yang meningkatkan nilainya bagi investor. Studi (Agustin Ekadjaja, 2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan memberi dampak pada nilai perusahaan secara signifikan, tetapi Astuti dan Yadnya (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan memberi dampak nilai perusahaan secara signifikan.

Studi ini didasarkan pada temuan studi-studi sebelumnya. Karena ada ketidakkonsistenan dalam temuan sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian ulang tentang komponen yang berdampak nilai perusahaan. Fokus studi ini yaitu untuk menentukan apakah empat variabel—profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan

ukuran yang tergabung di BEI selama periode 2018 hingga 2022.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Signalling Theory (Teori Sinyal)

Manajemen perusahaan mengambil tindakan yang disebut teori sinyal, yang menunjukkan kepada pemberi dana bagaimana kinerja pengelola melihat prospek perusahaan. Teori signalling juga memaparkan mengapa bisnis memperlihatkan informasi seperti laporan keuangan kepada pihak lain. Pemberian informasi oleh perusahaan karena adanya asimetri informasi di antara perusahaan dan pihak luar. Jika tidak ada informasi dari pihak luar tentang suatu perusahaan, investor dapat menjauh dan memberikan penilaian yang buruk terhadap perusahaan, yang pada gilirannya dapat memburukkan reputasi perusahaan (Dewi dan Ekadjaja, 2020).

Nilai Perusahaan

Juwita (2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan menunjukkan nilai positif atau negatif manajemen dalam mengelola kekayaan. Nilai ini dapat ditunjukkan dari hasil penilaian kinerja keuangan. Fokus utama perusahaan yaitu untuk menghasilkan nilai paling mungkin dari bisnisnya. Dalam penelitian yang dilakukan, nilai buku saham (PBV) digunakan untuk mengukur seberapa besar pasar mampu memberi harga pada nilai buku saham suatu perusahaan. Ini juga memperlihatkan kesanggupan suatu perusahaan mampu memberi hasil nilai yang berkaitan dengan uang yang diinvestasikan, sehingga semakin baik PBV maka besar kemungkinan suatu perusahaan mampu menciptakan nilai bagi pasar.

$$PBV = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Profitabilitas

Menurut Juwita, dkk (2021), profitabilitas merupakan kekuatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Rasio profitabilitas yang lebih baik terkait dengan kemampuan perusahaan untuk perolehan pengembalian finansial yang lebih besar. Profitabilitas pada studi ini dapat diukur dengan menggunakan Return On Asset (ROA), yang merupakan perbandingan antara laba bersih dan total aktiva. Penggunaan ROA untuk mengukur kekuatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan semua aktiva yang ada dan setelah biaya modal, atau biaya yang digunakan untuk mendanai aktiva, dikeluarkan dari analisis (Jufrizen dan Fatin, 2020). ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Dewi dan Ekadjaja, 2020):

$$ROA = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Asset}} \quad 100\%$$

Likuiditas

Rasio likuiditas memperlihatkan fungsi suatu organisasi untuk melaksanakan kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa organisasi telah memanfaatkan aset lancarnya secara optimal (Oktaviarni et al., 2019). Salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur posisi modal kerja suatu perusahaan yaitu current ratio (CR), yang dihitung dengan membandingkan total utang lancar dan aktiva lancar. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung CR (Dewi dan Ekadjaja, 2020):

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Leverage

Menurut Fahmi dalam Juwita et al. (2021), leverage adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mengukur seberapa besar utang yang dibiayai olehnya. Leverage difungsikan sebagai alat ukur seberapa besar dana yang diberikan oleh pemilik perusahaan dalam proporsi dari dana yang diberikan oleh kreditur perusahaan. Dalam penelitian ini, DER berguna untuk mengukur utang ke ekuitas.

$$DER = \frac{\text{total utang}}{\text{total ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Khumairoh et al. (2016), ukuran perusahaan adalah ukuran dari seberapa besar atau kecil suatu perusahaan, yang dapat dihitung dengan menghitung jumlah aset perusahaan yang dilogaritmakan. Jumlah aset suatu perusahaan menunjukkan kemampuan manajemennya. Perusahaan dengan banyak aset biasanya mempunyai tingkat efisiensi yang lebih tinggi daripada perusahaan dengan jumlah aset yang lebih rendah. Karena nilai total aset biasanya lebih besar daripada variabel keuangan lainnya, dalam penelitian ini, Untuk mengetahui seberapa besar suatu perusahaan, orang dapat menggunakan logaritma natural (Ln). Berikut rumus yang digunakan untuk ukuran perusahaan.

$$SIZE = \ln (\text{Total Asset})$$

Hipotesis Penelitian

1. Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Perusahaan yang mampu memperoleh keuntungan dikenal sebagai profitabilitasnya. Tingkat keuntungan perusahaan menunjukkan bahwa manajemen mengelola perusahaan dengan lebih baik (Ramdhonah et al., 2019). Profitabilitas adalah hasil dari keputusan dan kebijakan perusahaan untuk mengukur kemampuan mereka untuk menghasilkan keuntungan (Sutama dan Lisa 2018). Sehubungan dengan profitabilitas, teori sinyal mengatakan bahwa sinyal positif berarti bahwa nilai perusahaan meningkat dengan profitabilitas. Profitabilitas dapat menunjukkan kepada pemegang saham bagaimana perusahaan dengan aset yang dimilikinya memiliki kemampuan dalam memperoleh keuntungan. Investor dapat melihat perusahaan yang dapat menjaga kestabilan dan memperoleh keuntungan yang terus naik sebagai sinyal positif tentang kinerjanya. Kinerja yang baik mencerminkan kinerja perusahaan, yang menimbulkan efek positif bagi investor dan harga saham di pasar modal akan naik tentu saja investor akan memberi nilai baik pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sutama dan Lisa (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2. Hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

Menurut Astuti dan Yadnya (2019), likuiditas memperlihatkan keterkaitan antara kewajiban lancar dan aktiva lancar perusahaan, serta kas. Likuiditas dan nilai perusahaan memiliki keterkaitan yang memperlihatkan dimana perusahaan mempunyai kesanggupan untuk membayar kewajiban operasionalnya berkorelasi positif dengan rasio yang dihasilkan. Selain itu, tinggi rendahnya rasio likuiditas dapat menunjukkan dana yang ada dari perusahaan untuk melakukan operasi dan pembayaran dividen. Para investor akan mempunyai persepsi bahwa perusahaan tersebut mempunyai tingkatan likuiditas yang baik yang pasti menjadi perencanaan yang bagus di masa mendatang yang hasilnya bisa menaikkan nilai harga saham perusahaan dan tentu saja memberi kesan positif pada nilai perusahaan. Menurut teori likuiditas, perusahaan dengan likuiditas yang bagus memperlihatkan sebuah perusahaan itu sanggup membayar kewajibannya karena memiliki uang internal yang cukup, keadaan tersebut menjadi

sinyal bagus bagi investor karena perusahaan mempunyai kinerja yang baik. Semakin banyak likuiditas yang dimiliki perusahaan, semakin besar kemungkinannya untuk menyediakan dana untuk membayar dividen kepada pemegang saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Damayanti (2019) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Rizkia dan Riduwan (2023) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

3. Hubungan Leverage dengan Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan utang yang tinggi sangat berbahaya karena mereka termasuk dalam kategori utang ekstrim, yang sulit untuk melepaskannya (Juwita et al., 2021). Hubungan leverage dengan nilai perusahaan, atau leverage yang meningkat memperlihatkan semakin banyak pendanaan dengan utang, maka akan menyulitkan perusahaan untuk mendapatkan pinjaman lain karena perusahaan dianggap tidak mampu melaksanakan kewajiban membayar meskipun mempunyai aset. Karena rasio utang mereka lebih besar, perusahaan dengan rasio utang yang berlebih akan berdampak pada pembagian dividen lebih kecil. Hal ini dapat terjadi karena dari fakta yang timbul bahwa keuntungan yang mereka peroleh akan digunakan untuk melunasi kewajiban mereka. Ini akan menurunkan nilai perusahaan bagi investor. Dalam teori leverage, sinyal memberikan sinyal negatif karena jika perusahaan memiliki tingginya tingkat leverage akan memberi dampak pada kebangkrutan karena tidak dapat membayarkan laba kepada para pemegang sahamnya. Akibatnya, kesejahteraan pemegang saham akan menurun, dan calon investor mungkin akan mempertimbangkan kembali saat menanamkan modal di perusahaan dengan leverage yang berlebih. Selain itu, nilai bisnis akan berkurang (Susesti dan Widyaningtyas, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Susesti dan Wahyuningtyas (2022) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Wardhany, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

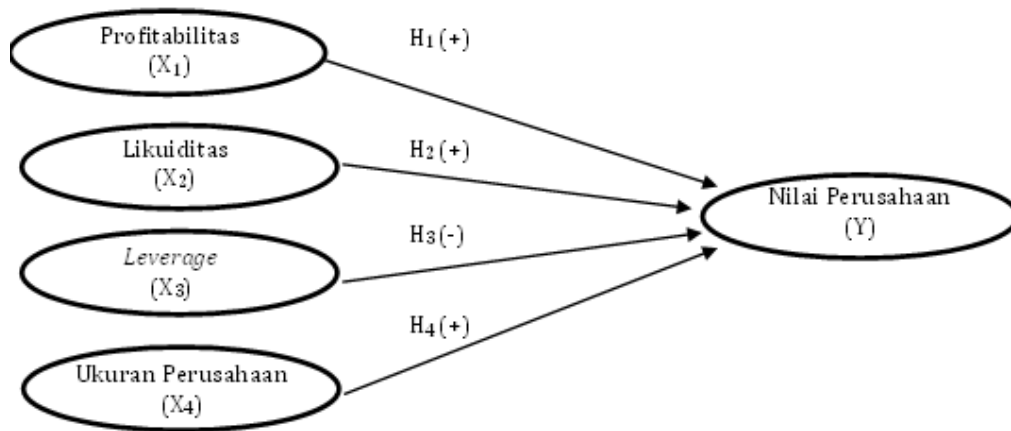
H3 : Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

4. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan

Jumlah aktiva dan penjualan suatu perusahaan memperlihatkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan. Kekayaan perusahaan melalui asset yang dimiliki dapat difungsikan untuk menentukan ukurannya. Perusahaan dengan aset yang banyak akan lebih mudah digunakan oleh manajemen (Chasanah, 2018). Hubungan antara ukuran perusahaan dan nilainya: ukuran perusahaan yang baik, akan mempermudah bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari kreditor. Diantara banyak cara untuk mengetahui seberapa besar atau kecil suatu perusahaan adalah dengan menghitung total asetnya. Semakin banyak sumber daya dan kemampuan yang dimiliki suatu bisnis, semakin baik kualitasnya (Fitriana et al., 2022). Sehubungan dengan nilai perusahaan, teori sinyal mengatakan bahwa memberikan sinyal baik karena perusahaan yang lebih besar akan menarik investor lebih banyak. Peningkatan kinerja suatu perusahaan dapat menghasilkan kenaikan harga sahamnya di pasar modal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilainya. Hasil penelitian yang dilakukan Bagaskara, dkk (2021) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula penelitian yang dilakukan Dewi dan Ekadjaja (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Kerangka Penelitian



Gambar 1 Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Dua kategori variabel yang ada dalam studi ini yaitu berupa variabel bebas diantaranya adalah likuiditas, leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, serta variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Metode kuantitatif digunakan sebagai jenis metode studi ini dengan data sekunder sebagai jenis data yaitu perolehan data sampel dari BEI dari tahun 2018 hingga 2022. Perusahaan makanan dan minuman dipilih menggunakan kriteria-kriteria khusus. Adapun kriteria yang digunakan diantaranya; 1) perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 dan tidak pernah delisting, 2) perusahaan food and beverage yang konsisten dalam mempublikasikan laporan keuangannya dengan tahun buku yang berakhir 31 Desember secara konsisten selama periode 2018-2022, 3) perusahaan food and beverage yang menyajikan data lengkap untuk berupa laporan untuk keperluan penelitian yang berupa profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan, 4) perusahaan food and beverage yang tidak mengalami kerugian selama periode 2018-2022. Perusahaan-perusahaan ini harus terbagung di BEI dari periode 2018-2022 dan tidak pernah dikeluarkan dari pasar. Perusahaan-perusahaan ini juga harus secara konsisten meng-up-date laporan keuangannya. Analisis data menggunakan uji determinasi, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Studi ini memiliki sampel awal perusahaan makanan dan minuman yang tergabung di BEI berjumlah 38 perusahaan pada tahun 2018-2022; 9 perusahaan mengalami kerugian selama periode tersebut; 8 perusahaan dikeluarkan sebagai outlier; dan 7 perusahaan menjadi sampel akhir, sehingga total 35 perusahaan yang diamati. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif:

Tabel 2 Hasil Analisis Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	35	0,65	9,88	3,6700	2,32105
ROA	35	0,23	22,29	8,7051	5,42103
CR	35	0,35	9,95	2,9629	2,34310
DER	35	0,11	1,43	0,6249	0,39616
SIZE	35	12,36	15,80	14,4386	0,74844
Valid N (listwise)	35				

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Analisa ini dilaksanakan untuk memperlihatkan data yang berdistribusi normal dan yang tidak. Dalam penelitian yang dilakukan, normalitas data diuji dengan uji Kolmogorov Smirnov. Menurut Ghazali (2018), distribusi data normal jika signifikan $> 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$. Jika signifikan kurang dari itu, distribusi data tidak normal. Hasil analisa memperlihatkan nilai asymptotic sig. (2 tailed) dengan angka 0,077, yang lebih tinggi dari 0,05. Oleh karena itu, hasilnya adalah model regresi berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,0921111
Most Extreme Differences	Absolute	,141
	Positive	,141
	Negative	-,097
Test Statistic		,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Autokorelasi

Kegunaan analisa ini adalah untuk menentukan model persamaan yang baik bebas dari autokorelasi. Pengujian dilakukan dengan menjalankan salah satu tes untuk memperlihatkan apakah ada atau tidak autokorelasi. Pengujian dilakukan dengan menjalankan salah satu tes untuk mengetahui apakah ada atau tidak autokorelasi. Hasil uji run test memperlihatkan angka -0,52958 dengan nilai asymptotic sig (2-tailed) sebesar 0,171, yang berarti lebih tinggi dari 0,05. Maka, kesimpulan dapat dibuat bahwa tidak ada autokorelasi antara nilai residual.

Tabel 3 Hasil Uji Autokolerasi
Runs Test

	Unstandardize d Residual
Test Value ^a	-,52958
Cases < Test Value	17
Cases >= Test Value	18
Total Cases	35
Number of Runs	14
Z	-1,369
Asymp. Sig. (2-tailed)	,171

a. Median

3. Uji Multikolenieritas

Dalam hal model regresi yang baik, variabel independen tidak seharusnya memiliki korelasi. Multikolinieritas tidak terjadi dalam model regresi jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10. Tabel 4 berikut memperlihatkan hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian yang dilakukan.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ROA	0,518	1,930	Tidak terjadi multikolinieritas
CR	0,444	2,252	Tidak terjadi multikolinieritas
DER	0,469	2,131	Tidak terjadi multikolinieritas
SIZE	0,930	1,075	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Ouput SPSS, 2024.

4. Uji Heteroskedastisitas

Guna pengetesan ini yaitu untuk memperlihatkan apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain (Aprilia dan Riharjo, 2023). Uji glejser digunakan untuk memastikan ada tidaknya heteroskedastisitas. Terdapat heteroskedastisitas jika tingkat signifikansinya kurang dari 0,05, dan tidak ada heteroskedastisitas jika tingkat signifikansinya lebih dari 0,05. Tabel 5 berikut menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian yang dilakukan.

Tabel 5 Hasil Uji heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
ROA	0,526	Tidak terjadi heterokedastisitas
CR	0,384	Tidak terjadi heterokedastisitas
DER	0,384	Tidak terjadi heterokedastisitas
SIZE	0,888	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 menunjukkan hasil uji regresi linier berganda, yang menunjukkan keterlibatan hubungan positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen, serta prediksi nilai variabel dependen jika nilainya meningkat atau menurun.

Tabel 6 Uji Regresi

Variabel	B
(Constanta)	0,426
ROA	0,212
CR	-0,545
DER	-0,630
SIZE	0,236

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Dari hasil uji regresi liner berganda pada Tabel 4 maka model persamaan yang terbentuk adalah:

$$PBV = 0,426 + 0,212 \text{ ROA} - 0,545 \text{ CR} - 0,630 \text{ DER} + 0,236 \text{ SIZE}$$

Uji Hipotesis

Uji hipotesis parsial sebagai alat untuk menentukan seberapa signifikan hubungan variabel yang diteliti, serta seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Semua tes dilaksanakan dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Tabel 7 menunjukkan hasil uji hipotesis:

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	Sig.	Keputusan
(constant)	0,426	0,956	
ROA	0,212	0,038	H ₁ diterima
CR	-0,545	0,034	H ₂ ditolak
DER	-0,630	0,658	H ₃ ditolak
SIZE	0,236	0,659	H ₄ ditolak

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Hasil Uji Hipotesis pada Tabel 7 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas (ROA) mempunyai angka koefisien 0,212 dengan tingkat signifikan 0,038 kurang dari 0,05. Hasil pengujian memperlihatkan profitabilitas berdampak positif signifikan pada nilai perusahaan.
2. Variabel likuiditas (CR) mempunyai angka koefisien -0,545 dan taraf signifikansi 0,034, yang lebih rendah dari 0,05 (5%). Hasil penelitian memperlihatkan likuiditas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan dan negatif.
3. Variabel kekuatan (DER) memiliki angka koefisien sebesar -0,630 dengan taraf signifikan sebesar 0,658, lebih tinggi dari 0,05 (5%). Hasil pengujian memperlihatkan bahwa leverage berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak signifikan.
4. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien 0,236 dan tingkat signifikansi 0,659, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (5%). Hasil pengujian memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif, tetapi tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi memperlihatkan seberapa baik kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel terikat. Peneliti menyarankan untuk memilih nilai Adjusted R² saat memilih model regresi terbaik. Tabel 8 berikut menunjukkan hasil uji determinasi:

Tabel 8 Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,433 ^a	,188	,079	2,22722

Sumber: Hasil Ouput SPSS, 2024.

Hasil uji determinasi, yang disajikan dalam Tabel 8, memperlihatkan nilai R square yang disesuaikan yaitu 0,079. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan untuk memberi keterangan kepada variabel dependen sebanyak 7,9%. Sementara 92,1% yang tersisa disebabkan oleh variabel atau faktor lain yang tidak dibahas pada studi ini.

Pembahasan

Studi ini pada variabel profitabilitas memiliki temuan dimana profitabilitas memberi dampak yang signifikan pada nilai perusahaan makanan dan minuman. Profitabilitas yang baik yang dimiliki perusahaan memperlihatkan bahwa perusahaan sanggup mendapatkan pendapatan yang sehat dan mengelola biaya dengan efisien. Hal tersebut dapat memberi kesan positif bagi para investor atas keyakinan dimana perusahaan itu mampu memberi return yang bagus atas investasi yang dilakukan. Hasil penelitian ini serupa dengan temuan Yulius & Aprillia (2023) yaitu profitabilitas perusahaan berdampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pada variabel likuiditas memperlihatkan dampak negatif bagi nilai perusahaan. Temuan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, hal tersebut dapat terjadi karena pada perusahaan makanan dan minuman biasanya memerlukan operasi yang lancar dan cepat terutama dalam hal persediaan dan pembayaran kepada pemasok. Ketika likuiditas rendah, perusahaan mungkin kesulitan untuk memenuhi kewajiban sehari-hari seperti membayar pemasok tepat waktu atau mengelola persediaan dengan efisien. Hal ini dapat mengganggu operasi, mengurangi kepercayaan pemasok dan klien serta mempengaruhi reputasi perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, investor mungkin kurang tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan yang likuiditasnya rendah. Jika perusahaan memiliki tingkat likuiditas yang tinggi, mereka akan lebih cenderung membelanjakan lebih banyak uang untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Akibatnya, dividen yang diberikan kepada pemegang saham akan lebih sedikit, dan investor akan melihat hal ini dengan cara yang tidak menyenangkan. Investor tidak akan tertarik untuk investasi di perusahaan dalam situasi seperti ini (Hanifah, 2020). Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian Dewi dan Abundanti (2019), yaitu likuiditas berdampak negatif pada nilai perusahaan.

Selanjutnya, variabel leverage mempunyai dampak negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini dapat terjadi karena penggunaan hutang yang berlebih untuk pembiayaan operasional dapat memperkecil perolehan keuntungan, perusahaan dengan hutang yang terlalu banyak dianggap tidak sehat. Utang yang berlebih akan berdampak negatif pada nilai perusahaan. Leverage tinggi pada dunia bisnis cenderung memiliki risiko investasi yang tinggi. Investor mungkin akan mempertimbangkan kembali untuk menanamkan modal karena risiko investasi yang tinggi. Akibatnya, leverage yang tinggi akan menurunkan nilai bisnis. Penelitian sebelumnya oleh Suwardika dan Mustanda (2017) menemukan bahwa leverage berdampak positif signifikan pada nilai perusahaan, tetapi hasil penelitian Rejeki dan Haryono (2021) menunjukkan bahwa dampaknya negatif pada nilai perusahaan tidak signifikan.

Temuan hasil pada variabel ukuran perusahaan memiliki dampak positif pada nilai perusahaan tidak signifikan. Meskipun ukuran dapat memberi keuntungan dalam hal skala dan sumber daya, efisiensi operasional yang buruk dapat mengimbangi manfaat dari skala besar. Perusahaan besar mungkin

mengalami kesulitan dalam mengelola kompleksitas operasional yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Selain itu perusahaan seringkali memerlukan waktu yang lebih lama untuk membuat keputusan atau menyesuaikan strategi bisnis mereka. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk merespon perubahan pasar dengan cepat. Masalah tersebut berdampak pada para investor ketika menanamkan modal karena mereka mempertimbangkan banyak faktor lain selain ukuran perusahaan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Oktaviani dkk. (2019), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dalam penelitian tersebut berdampak positif dan Karena tidak tergantung pada seberapa besar atau kecil perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Perusahaan kecil bisa mendapatkan keuntungan yang besar, begitu juga sebaliknya.

KESIMPULAN

Menurut temuan penelitian, ukuran perusahaan berdampak tidak signifikan pada nilai perusahaan, likuiditas berdampak negatif pada nilai perusahaan, profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan, dan leverage berdampak tidak signifikan pada nilai perusahaan. Dari empat temuan hasil penelitian terdapat satu temuan yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu pada variabel profitabilitas dimana memiliki dampak positif signifikan pada nilai perusahaan. sehingga keterbatasan ini terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas, likuiditas leverage, dan ukuran perusahaan. Faktor-faktor tersebut hanya memberi penjelasan yang amat terbatas sehingga perlu studi yang lebih mendalam mengenai nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian tambahan. Misalnya, mereka dapat menambah variabel independen atau elemen lain yang dapat mempengaruhi nilai bisnis. Mereka juga dapat memperluas subjek penelitian untuk mencakup perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menambah durasi penelitian agar lebih banyak sampel yang dapat diamati.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Ekadjaja, L. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 92. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11409>
- Article, I. (2021). *Profit- Nilai, Kosmetik*. 3, 346–356.
- Aprilia, N. & Riharjo, I. B. (2023) 'Pengaruh Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 1, 1-19
- Astuti, N. K. B & Yadnya, I. P. (2019) 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen', *E- Jurnal Manajemen*, 8, 3275-3302.
- Chasanah, A. N. (2018) 'Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017', *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1, 39-47.
- Dewi, L. S. & Abundanti, N (2019) 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusioanl dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan', *E-Jurnal Manajemen*, 10, 6099-6118.
- Dewi, V. S. & Ekadjaja, A (2020) 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur', *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 1, 118-126.
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2821>
- Fitriana, Z.dkk (2022) 'Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial

- terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020', *Student Online Journal*, 1, 303-317.
- Hamdani, M., Efni, Y., Indrawati, N. (2020) 'Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi Ukuran Perusahaan', *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 2, 188-197.
- Hanifah, N. (2020) 'Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sub-Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.
- Hidayatul Fateha Anni'Mah, Ati Sumiati, & Santi Susanti. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Indeks IDX SMC Composite 2019. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(2), 260–279. <https://doi.org/10.21009/japa.0202.05>
- Juwita, T., Tri, A., Puti, L. G. & Georgius, L. (2021) 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Kosmetik dan Rumah Tangga yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019', *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 2, 346-356.
- Khumairoh, Nawang, K. & Henny, M. (2016) 'Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 71-81.
- Oktaviarni, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>
- Profitabilitas, P., Ukuran, D. A. N., & Yadnya, I. P. (2019). *KEBIJAKAN DIVIDEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Pasar modal Indonesia belakangan mengalami perkembangan yang cukup pesat . Tahun 2017 Bursa Efek Indonesia (BEI) berhasil menjadi salah satu bursa yang paling atraktif di dunia dengan Indeks Saham Gabungan (IHSG) menembus level 6000 (www.bisnis.com). Hal ini menunjukkan pasar modal semakin menarik sebagai alternatif sumber pembiayaan . Karena itu persaingan antar perusahaan dalam memperoleh pembiayaan akan semakin ketat . Perusahaan harus mampu menunjukkan kinerja terbaik untuk menarik investor . Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah mensejahterakan pemegang sahamnya . Manajemen diharapkan mampu membawa perusahaan pada kinerja yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dan bermuara pada kesejahteraan pemegang saham . Menurut Wiagustini (2014 : 9) harga saham yang diperdagangkan di bursa merupakan indikator bagi nilai perusahaan . Harga saham dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal . Faktor internal tersebut berkaitan dengan kinerja perusahaan , ukuran perusahaan , serta kebijakan perusahaan (Winarto , 2015). Kinerja perusahaan yang baik memberikan indikasi kepada investormengenai prospek yang baik di masa depan (Wijaya , 2013). Rasio keuangan dapat digunakan sebagai indikator pengukur kinerja perusahaan , salah satunya adalah profitabilitas . Menurut Fahmi (2016) , semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan . Oleh sebab itu , profitabilitas cenderung diminati oleh investoruntuk menentukan keputusan investasinya . Penelitian yang dilakukan oleh Risqia et al . (2013) , Septia (2015) , Cheryta et al . (2017) , Andawasatya et al . (2017) . 8(5), 3275–3302.*
- Rizkia, F. R., & Akhmad, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I. & Sari, M. (2019) 'Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017)', *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1, 67-82.
- Sutama, D. R. dan Erna, L. (2018) 'Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X, 21-39.
- Susesti, D. A. dan Wahyuningtyas, E. T. (2022) 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan

- Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Pada Bursa Efek Indonesia', *Accounting and Mangement Journal* 6, 36-49.
- Yanti, P. D. M., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Properti, Real Estate Dan Konstruksi Bangunan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5632. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p14>
- Yulius, A., & Aprillia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Pembelian Impulsif pada Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(4), 809–821. https://www.researchgate.net/profile/Ariesya-Aprillia/publication/375991994_PENGARUH_LIVE_STREAMING_TERHADAP_PEMBELIAN_IMPULSIF_PADA_PLATFORM_TIKTOK/links/656632303fa26f66f4356a8e/PENGARUH-LIVE-STREAMING-TERHADAP-PEMBELIAN-IMPULSIF-PADA-PLATFORM-TIKTOK.pdf