

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

SKRIPSI



OLEH : USUWAH HASANA

1810011311006

DOSEN PEMBIMBING:

MUKHLIZUL HAMDI, S.E.,M.Si.,Ak.,CA

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1*

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG**

2022/2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan:

Nama : Usuwah hasana

NPM : 1810011311006

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

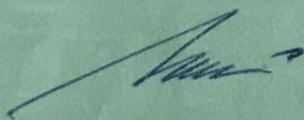
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Jumat, 24 Februari 2023**.

Disetujui oleh,

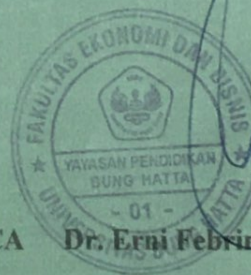
Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Mukhlizul Hamdi, S.E., M.Si., Ak., CA

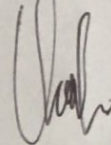


Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan” ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat kalimat, ide, gagasan atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisnya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain telah mencantumkan sumbernya dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Padang, 14 Februari 2023



Usuwah Hasana

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Usuwah Hasanah¹, Mukhlizul Hamdi²

**¹Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi , Universitas Bung Hatta
Email :**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017- 2021, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang didapat adalah sebanyak 52 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *www.idx.co.id* .Data di olah dengan menggunakan SPSS 21. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa seluruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

***THE INFLUENCE OF COMPANY SIZE, LEVERAGE, AND
PROFITABILITY ON COMPANY VALUE***

Uswah Hasanah¹, Mukhlizul Hamdi²

Departement of Accounting, Faculty of Economic and Business, Bung Hatta

Email :

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of company size, leverage, and profitability on company value at manufacturing companies listed on the stock exchange in 2017 – 2021. By using purposive sampling method samples obtained are as many as 52 companies listed on the stock exchange. The type of data used is secondary data obtained from www.idx.co.id. The data is processed by using SPSS 21. The data analysis technique used is descriptive statistic, classical assumption test, multiple linear regression analysis and test the hypothesis.

Based on the results of hypothesis testing it was found that all independent variables, namely firm size, leverage, and profitability have a significant positive effect on firm value

Keywords : ***Company Value, Company Size, Leverage, Profitability***

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR TABEL	7
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Manfaat penelitian	8
1.5. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Teori sinyal (<i>signaling</i>).....	10
2.1.1. Nilai perusahaan	11
2.1.2. Ukuran perusahaan	14
2.1.3. <i>Leverage</i>	15
2.1.4. Profitabilitas.....	17
2.2. Pengembangan hipotesis.....	19
2.2.1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	19
2.2.2. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.....	21
2.2.3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan	22
2.3. Kerangka pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Populasi dan Sampel.....	25
3.2. Jenis Data dan Sumber Data	26
3.2.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.2. Variabel independen	27
3.3. Teknik Analisis Data	29
3.3.1. Teknik Analisis Deskriptif.....	29

3.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	30
1. Uji Normalitas.....	30
2. Uji Multikolonieritas.....	31
3. Uji Heteroskedastisitas.....	31
4. Uji Autokorelasi.....	32
3.4. Pengujian Hipotesis	32
3.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.4.3. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	33
3.4.4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Sampel Penelitian.....	35
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	36
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	37
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	37
4.3.2 Hasil Uji Multikolonieritas	38
4.3.3 Hasil Uji Autokorelasi	39
4.3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	40
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4.4.2 Uji Statistik (Uji F)	41
4.4.3 Uji t- statistik	42
4.5 Pembahasan Hasil.....	43
4.5.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	43
4.5.2 Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.....	44
4.5.3 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.....	45
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	48
5.3 Keterbatasan penelitian.....	49
5.4 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi. Nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan (Margaretha, 2014). Seiring dengan meningkatnya minat serta pengetahuan masyarakat di bidang pasar modal, maka bagi investor nilai perusahaan telah menjadi salah satu faktor pertimbangan yang cukup penting, hal ini terkait dengan risiko dan pendapatan yang akan diterima oleh investor. Sebagai contoh, rata-rata nilai perusahaan dengan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017 hingga tahun 2020 dapat dilihat dari gambar grafik berikut ini:

Gambar 1.1

Rata-rata nilai perusahaan periode 2017-2020



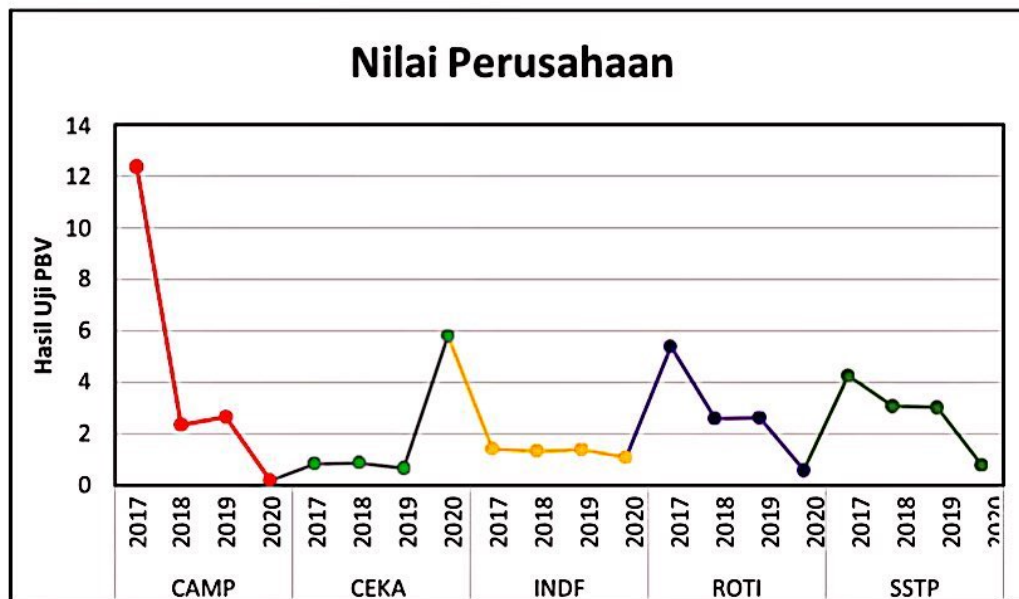
Sumber : Data diolah dari Laporan Tahunan Perusahaan

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan tertinggi diperoleh pada tahun 2017 dengan perolehan sebesar 4,1 dan untuk dua tahun berikutnya yaitu tahun 2018 dan 2019 rata-rata nilai perusahaan terhitung stagnan yaitu sebesar 3,1. Kemudian pada tahun 2020 nilai rata-rata perusahaan mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu hanya sebesar 1,3. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut banyak dari perusahaan tersebut yang mengalami krisis akibat pandemi yang berdampak negatif pada pasar modal, hal ini terlihat pada penurunan harga saham dan kinerja keuangan perusahaan (Rahmani, 2020)

Nilai perusahaan sendiri selain digambarkan pada harga saham suatu perusahaan yang digunakan dalam mengukur tingginya nilai perusahaan, juga dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya menggunakan alat ukur *price to book value*. Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham, apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya. Berikut perbandingan beberapa nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang dihitung berdasarkan nilai PBVnya:

Gambar 1.2

Nilai PBV Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman Periode 2017-2020



Sumber : Data diolah dari Laporan Keuangan Tahunan

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa persentase nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017 hingga tahun 2020 sangat bervariasi serta mengalami peningkatan dan penurunan yang sangat fluktuatif dari tahun ke tahun. Diantara kelima perusahaan tersebut dapat dilihat bahwa *Price To Book Value* (PBV) tertinggi terdapat pada perusahaan Campina Ice Cream Industri dengan kode perusahaan CAMP di tahun 2017 yaitu sebesar 12,35%. Diikuti oleh perusahaan CEKA dengan nilai PBV tertinggi pada tahun 2020 sebesar 5,81%. Untuk perusahaan dengan kode ROTI memiliki nilai PBV tertinggi ketiga dengan nilai sebesar 5,39% pada tahun 2017. Selanjutnya perusahaan SSTP dengan nilai PBV tertinggi pada tahun 2017 sebesar 4,26%. Dan terakhir perusahaan INDF yang dihitung tidak memiliki perbedaan yang

begitu jauh dari tahun ketahun dengan nilai PBV tertingginya diperoleh pada tahun 2017 yaitu sebesar 1,43%.

Sejalan dengan gambar grafik yang ada, nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terlihat di pasar modal sehingga kaitan antara keduanya sangat kuat. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga nilai perusahaan sangat penting dalam mengukur kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi para calon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen aset. Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Wijaya & Sedana (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap nilai perusahaan akan meningkat.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Salah satunya ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat

penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Indriyani (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, di sisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena resiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil. Perusahaan yang menghasilkan laba lebih besar cenderung mempunyai laba ditahan lebih besar sehingga dapat memenuhi kebutuhan dananya untuk melakukan perluasan usaha atau penciptaan produk baru dari sumber pendanaan internal.

Penelitian sebelumnya terkait ukuran perusahaan dilakukan oleh Yanti & Darmayanti (2019), Setiawati & Lim (2019), Dewantari et al (2019), Nabila & Wuryani (2021) dan (Hidayat & Khotimah, 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurminda et al (2017), Pristianingrum (2017), Dwiastuti & Dillak (2019), Widianingsih & Hakim (2020), Chasanah (2018),

Indrayani et al (2021), Safira & Widajantie (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutang yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan mempunyai harapan dengan hutang yang dimilikinya, maka akan membantu perusahaan dalam mendanai dan mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017), Yusmaniarti et al (2019), Hendayana & Riyanti (2019), Dwipa et al (2020), Sofiatin (2020), Rejeki & Haryono (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian oleh Suryana & Rahayu (2018), Oktaviarni et al (2019), Citra et al (2020), Indrayani et al (2021) dan Anni'Mah et al (2021) menunjukkan hasil yang berbeda dimana *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Perusahaan dengan profitabilitas yang baik, maka para *stakeholders* akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan, dengan baiknya kinerja perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Analisa, 2011). Sedangkan Kasmir (2012) berpendapat bahwa

profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Chasanah (2018), Utama & Lisa (2018), Permana & Rahyuda (2019), Yanti & Darmayanti (2019), Indrayani et al (2021), Dewantari et al (2019), Siregar et al (2019), Ndruru et al (2020), Novelia et al (2020) dan Cahyani & Rahayu (2022). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Damaianti (2019), Farizki et al (2021) dan Dewi & Susanto (2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena ataupun permasalahan yang terjadi, adanya perbedaan tahun penelitian, perbedaan objek penelitian dan adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul "*pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan*" pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang menjadi penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan permasalahan diatas, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris tentang :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan terhadap nilai perusahaan khususnya perusahaan manufaktur

2. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini dapat membantu para pemangku kepentingan atau perusahaan membuat keputusan untuk menyikapi dan menanggapi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

1.5. Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh gambaran secara umum bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan secara ringkas isi masing-masing bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan dan yang mendasari pemilihan topik penelitian yang berhubungan dengan nilai perusahaan.

BAB II : Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini akan menguraikan tentang landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tentang tahap atau proses pengambilan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel dan definisi operasional dan teknik yang akan dilakukan untuk tahap pengujian data dan hipotesis.