



UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN NILAI PERUSAHAAN CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Abdullah RAKHMAN¹, Liaw Bun FA², Hafizah RIFIYANTI³

¹Dosen Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Indonesia.

Email: abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id

²Dosen Program Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Indonesia.

Email: liauw.bunfa@kwikkiangie.ac.id

³Dosen Program Teknik Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Indonesia.

Email: havizarifiyanti@gmail.com

Abstract : *The value of the company is very important for shareholders to gain profits in the complexity of their shares. Many fundamental factors can increase firm value and this study aims to determine the effect of firm size and profitability on firm value. The object of research is consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2015-2017 period. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The research uses a data pooling test, classical assumption test, and hypothesis testing using SPSS 20 and SmartPLS 3. The results show that firm size has a positive effect on firm value and profitability has a positive influence on firm value. Based on the results of this study, it can be concluded that company size and profitability have a positive effect on the value of consumer goods companies.*

Keyword : *firm value, firm size, profitability, consumer goods*

Cite : *Rakhman, A., Fa, LB. & Rifiyanti, H. (2021). UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN NILAI PER-USAHAAN CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. Jurnal Manajemen, Vol. 11(1), 33-43*

DOI : <https://doi.org/10.46806/jm.v11i1.808>

1. Pendahuluan

Suatu perusahaan pasti memiliki banyak tujuan yang ingin dicapai. Salah satunya adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau nilai perusahaan. Hal ini dapat ditempuh dengan cara memaksimalkan nilai sekarang yang diharapkan akan diterima di masa yang akan datang. Menurut Sudana (2009:7) dalam Prasetyorini (2013), nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, sehingga semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi suatu hal yang sangat penting karena apabila perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi, maka akan diikuti juga oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diteliti adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. Variabel-variabel ini dipilih karena terdapatnya perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian sebelumnya.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, seperti dilihat dari total aktiva perusahaan, nilai pasar saham, dan lain-lainnya (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala suatu perusahaan, maka akan semakin mudah bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan (Indriyani, 2017). Hasil penelitian dari Indriyani (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Prasetyorini (2013) dan Bestariningrum

(2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian dari Dewi dan Wirajaya (2013), juga Setiadharna dan Machali (2017), menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada, seperti melalui kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lainnya (Susilawati, 2012). Semakin tinggi profitabilitas sebuah perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya, sehingga para investor menjadi semakin tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hasil penelitian dari Wijaya dan Sedana (2015), Rompas (2013), juga Tahu dan Susilo (2017) dan Rakhman, Bun Fa, dan Rifiyanti (2020), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari Herawati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, juga hasil penelitian dari Thaib dan Dewantoro (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Landasan Teori

2.1 Signaling Theory

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973, di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, dimana pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha untuk memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima tersebut kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya akan sinyal yang diterima dari pihak pengirim tersebut. Menurut Brigham dan Houston (2014:184), *signaling theory* merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk bagi investor mengenai pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa yang akan datang. Adanya dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapatnya asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, dimana hal ini disebabkan karena manajer perusahaan lebih mengetahui banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dibandingkan dengan pihak di luar perusahaan (Wolk et al., 2013). Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara mengurangi asimetri informasi tersebut. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan signal pada pihak luar, berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya, yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk et al., 2013).

2.2 Nilai Perusahaan

Menurut Taswan (2003) nilai perusahaan adalah sangat penting untuk perusahaan dan harus dioptimalkan agar dapat meningkatkan kemakmuran pemegang sahamnya. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan tersebut di pasar modal. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan dan dapat menimbulkan kepercayaan investor untuk membeli saham tersebut. Menurut Sambora et al. (2014) nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, keberlangsungan perusahaan dan kepercayaan pasar. Nilai perusahaan merupakan kunci utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang dapat membuat persepsi investor semakin bagus terhadap perusahaan tersebut (Wijaya dan Sendana, 2015). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan akan diproses dengan *price to book value* (PBV). *Price to book value* merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan oleh seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Rasio ini menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku dari saham perusahaan tersebut. Nilai PBV yang tinggi dapat membuat pasar percaya pada

prospek perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Weston dan Copeland (2008:244), PBV dapat dihitung dengan:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

2.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2015:254), pengertian ukuran perusahaan adalah besar kecilnya ukuran perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma dari total aktiva. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu untuk menghadapi persaingan ekonomi (Prasetyorini, 2013). Menurut Hartono (2015:282), ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, dimana ukuran tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Dengan menggunakan logaritma natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Maka, hal tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Size = \ln \text{ Total Aktiva}$$

2.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2015:196). Sedangkan menurut Hery (2016:152), rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Profitabilitas menjadi sebuah indikator yang sering digunakan oleh investor untuk melihat nilai dan kinerja dari suatu perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga dapat menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik (Dewi dan Wirajaya, 2013). Dalam penelitian ini, profitabilitas akan diprosikan dengan *return on equity* (ROE). ROE merupakan rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang sering digunakan oleh para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Kasmir (2015:199), ROE dapat dihitung dengan:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}}$$

2.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Prasetyorini (2013) berpendapat bahwa ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik dan perusahaan dengan pertumbuhan yang besar

akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal. Berdasarkan *signaling theory*, investor dapat menerima perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar tersebut sebagai sinyal yang positif, dan investor akan memberikan respon yang baik sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari Prasetyorini (2013) dan Bestariningrum (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang mampu dihasilkan dari penjualan dan investasi. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Berdasarkan *signaling theory*, tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat diterima sebagai sinyal yang positif oleh investor, sehingga akan menarik minat dari investor untuk berinvestasi dan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, dan akan membuat nilai perusahaan menjadi meningkat. Berdasarkan hal tersebut, maka profitabilitas dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Prasetyorini (2013), Rompas (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Wijaya dan Sedana (2015), Tahu dan Susilo (2017), Indriyani (2017), dan Rakhman dkk (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang termasuk dalam sektor industri *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probabilitas sampling dengan penekatan *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah: (1) Perusahaan yang termasuk ke dalam sektor industri *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017; (2) Perusahaan di sektor industri *consumer goods* yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap berturut-turut selama periode 2015-2017; (3) Perusahaan di sektor industri *consumer goods* yang mempunyai laba bersih positif selama periode 2015-2017. Berdasarkan kriteria tersebut, 27 perusahaan terpilih menjadi sampel penelitian.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik observasi, yaitu dengan mengumpulkan data-data sekunder yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder yang akan digunakan pada penelitian ini berupa laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan di sektor industri *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2017.

3.3 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah pengujian *pooling* data, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Pengujian *pooling* data dilakukan karena data-data yang digunakan dalam penelitian merupakan gabungan dari data *cross sectional* dan *time series*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20. Pengujian asumsi klasik seperti uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas dilakukan dengan program SPSS 20 serta *SmartPLS* 3. Sedangkan untuk uji *inner* model dan uji hipotesis dilakukan

dengan program *SmartPLS 3*. Uji *outer* model tidak perlu dilakukan karena variabelnya merupakan variabel yang *observed*. Model persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PBV = \beta_1 \text{ SIZE} + \beta_2 \text{ ROE} + \epsilon$$

Pengujian *inner* model ini dapat dievaluasi dengan melihat nilai *R Square* (R^2), estimasi koefisien jalur, dan juga *f Square* (f^2). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% dan nilai t-tabel sebesar 1,645. Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistik.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji *Pooling* Data

Dalam pengolahan data untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan perlu dilakukan pengujian penggabungan data time series dan crossectional menggunakan model *fixed effect model* (FEM) dan hasilnya adalah seperti Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Hasil Uji *Pooling* Data

Variabel	T	Sig.
D1	.431	.668
D2	.808	.422
D1SIZE	-.628	.532
D1ROE	.802	.425
D2SIZE	-.851	.398
D2ROE	-1.235	.221

Sumber: Hasil olahan data dengan SPSS 20

Berdasarkan dari hasil pengolah pooling data menggunakan model *fixed effect model* dapat disimpulkan bahwa data dapat *pooling* karena nilai signifikansi untuk variabel *dummy* (D1, D2) dan perkalian variabel *dummy* dengan variabel bebas (D1SIZE, D1ROA, D2SIZE, D2ROA) memiliki tingkat signifikansi di atas 0,05.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada table 2 berikut :

Tabel 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.77804007
	Absolute	.197
Most Extreme Differences	Positive	.191
	Negative	-.197
Kolmogorov-Smirnov Z		1.776
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Olahan SPSS 20

Berdasarkan hasil olahan distribusi normal pada Tabel 2 dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal karena nilai signifikansi sebesar 0.004 lebih kecil dari nilai alpha 0.05. Selanjutnya normalitas digunakan pendekatan teori central limit yang menyatakan bahwa apabila jumlah sampel melebihi 30 amatan, maka data diasumsikan mendekati berdistribusi normal (Boewarman, 2014).

4.2.2 Uji Autokorelasi

Berikut hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 3 :

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.941

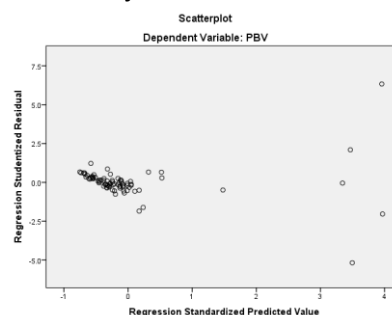
Sumber: Hasil olahan data dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa dengan tingkat alpha sebesar 0,05 dan jumlah sampel (n) sebanyak 81, serta variabel independen (k) sebanyak 3 variabel, maka didapatkan nilai dL sebesar 1,58875 dan nilai dU sebesar 1,68976. Berdasarkan nilai dL dan dU tersebut, maka nilai 4-dU adalah 2,31024. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya autokorelasi dalam model ini karena nilai DW (1,941) lebih besar dari nilai dU (1,68976) dan lebih kecil dari nilai 4-dU (2,31024).

4.2.3 Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini :

Gambar 1.
Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil grafik *scatterplot* mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas karena terdapat titik-titik yang menyebar di bagian kanan dan kiri, serta berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y.

4.2.4 Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF
Ukuran Perusahaan	1,051
Profitabilitas	1,085

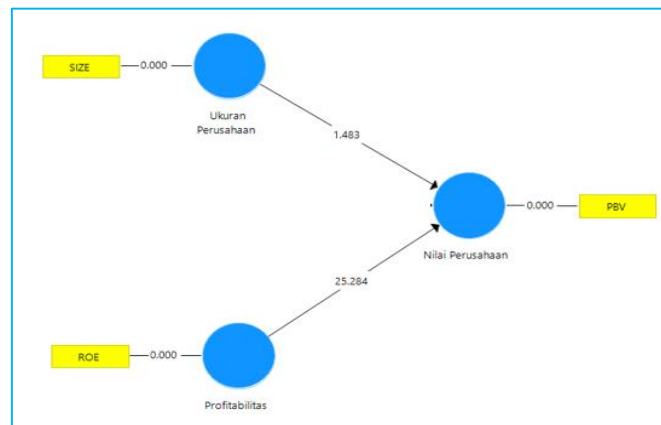
Sumber: Hasil olahan data dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di Tabel 4, dapat dikatakan tidak adanya multikolinearitas dalam model ini karena semua variabel independennya memiliki nilai VIF di bawah 10.

4.2.5 Hasil Uji Inner Model

Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan software SmartPLS 3. Hasil pengolahan regresi berganda dapat dilihat pada Gambar 2 berikut :

Gambar 2
Model Regresi berganda dengan software SmartPLS 3



Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat pada Gambar 2, maka menggunakan uji inner model. Uji *inner model* ini dilakukan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten dalam penelitian. Pengujian *inner model* ini dapat dievaluasi dengan melihat nilai *R Square* (R^2), estimasi koefisien jalur, dan juga *f Square* (f^2). Nilai R^2 bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk estimasi koefisien jalur akan dijelaskan pada bagian selanjutnya. Nilai f^2 bertujuan untuk mengetahui apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural. Adapun nilai *R Square* (R^2) dan nilai *f Square* (f^2) dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6 berikut :

Tabel 5
Nilai *R Square* (R^2)

Variabel	<i>R Square</i>
Nilai Perusahaan	0,870

Sumber: Hasil olahan data dengan *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi untuk variabel nilai perusahaan adalah 0,870. Hal ini berarti variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan variabel ukuran perusahaan, , dan profitabilitas sebesar 87%. Sedangkan sisanya, yaitu 13% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Model ini termasuk ke dalam model yang baik karena berada di atas 0,67.

Tabel 6
Nilai *f Square* (f^2)

Variabel	<i>f Square</i>
Ukuran Perusahaan	0,020
Profitabilitas	5,893

Sumber: Hasil olahan data dengan *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa variabel ukuran perusahaan dan variabel memiliki pengaruh yang lemah pada tingkat struktural karena nilai f^2 masing-masing sebesar 0,020 dan 0,018, yang pada kriteria penilaian termasuk ke dalam kategori lemah. Sedangkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang besar pada tingkat struktural karena nilai f^2 sebesar 5,893 yang termasuk ke dalam kategori besar.

4.2.6 Hasil Uji Hipotesis

Selanjutnya setelah diketahui model penelitiannya signifikan, maka dilanjutkan ke pengujian masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, yaitu menggunakan pengujian koefisien jalur. Adapun hasil pengujian masing-masing jalur dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7
Hasil *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Ukuran Perusahaan → Nilai Perusahaan	0,052	0,051	0,035	1,483	0,069
Profitabilitas → Nilai Perusahaan	0,910	0,917	0,036	25,284	0,000

Sumber: Hasil olahan data dengan *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil pada Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,052 dengan t-statistik sebesar 1,483 < 1,645 (t-tabel). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai t-statistik yang lebih rendah dari nilai t-tabel menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun dengan tingkat alpha sebesar 10%, pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menjadi positif dan signifikan karena nilai t-statistik lebih tinggi dari nilai t-tabel (1,483 > 1,282). Berdasarkan hal-hal tersebut, maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, terbukti.

Hasil pengujian dari profitabilitas menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,910 dengan t-statistik sebesar 25,284 > 1,645 (t-tabel). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai t-statistik yang lebih tinggi dari nilai t-tabel menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka hipotesis 3 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, terbukti.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian yang sudah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya adalah semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai bagi perusahaan tersebut. Hasil yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan juga didukung oleh hasil penelitian dari Prasetyorini (2013) dan Bestariningrum (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan *signaling theory* dimana perusahaan mampu memberikan informasi berupa total aktiva perusahaan yang tercermin di dalam laporan keuangan, dan informasi itu memberikan sinyal yang positif bagi pihak luar, terutama bagi investor, sehingga hal itu dapat mempengaruhi keputusan investasi bagi investor dan mampu menaikkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan yang dilihat berdasarkan total aktiva perusahaan, maka perusahaan lebih mendapatkan kemudahan untuk masuk ke pasar modal dan informasi mengenai perusahaan dapat mudah diperoleh, sehingga dapat mempengaruhi keputusan investasi investor dan nilai perusahaan menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Indriyani (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, serta hasil penelitian dari Dewi dan Wirajaya (2013), juga Setiadharmas dan Machali (2017), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian yang telah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya adalah semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Prasetyorini (2013), Rompas (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Wijaya dan Sedana (2015), Tahu dan Susilo (2017), Indriyani (2017), dan Rakhman dkk (2020), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan *signaling theory* dimana perusahaan mampu memberikan informasi mengenai tingkat laba perusahaan yang tinggi dan informasi tersebut dapat menjadi sebuah sinyal yang positif bagi pihak luar perusahaan, terutama bagi investor. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan investasi bagi investor untuk mau menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Herawati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, serta Thaib dan Dewantoro (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan sektor industri yang lain sehingga dapat memperoleh perbandingan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada sektor yang berbeda dan melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain yang mendukung mengenai nilai perusahaan, serta dapat menggunakan proksi atau rasio yang berbeda dari variabel-variabel pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Bestariningrum, Nenggar (2015), *Analyzing The Effect Of Capital Structure And Firm Size On Firm Value (Case Study: Company That Listed In Lq-45 Index Period 2010-2014)*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 15, No. 4, p. 354-365.
- Bowerman, B.L., O'Connell, R.T., & Murphee, E.S. (2014). *Business Statistics in Practice*, 7th ed. New York : The McGraw-Hill.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston (2014), *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya (2013), *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*, **E-Jurnal Akuntansi**, p. 358-372. ISSN 2302-8556.
- Hartono, Jogiyanto (2015), *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*, Yogyakarta: BPFE.
- Herawati, Titin (2013), *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Manajemen, Vol. 2, No. 2.
- Hery (2016), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Grasindo.
- Indriyani, Eka (2017) *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol. 10, No. 2, p. 333 – 348. E-ISSN: 2461-1190.
- Kasmir (2015), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Marsha, Nadya dan Isrochmani Murtaqi (2017), *The Effect of Financial Ratios on Firm Value in the Food and Beverage Sector of The IDX*, Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 2, p. 214-226.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri (2013), *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1, No.1, p. 183-196.
- Putra, Aa Ngurah Dharma Adi dan Putu Vivi Lestari (2016), *Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 7.
- Rakhman, Abdulah, Liaw Bun Fa, dan Hafizah Rifiyanti. (2020), *Free Cash Flow Dan Profitability Terhadap Firm Value Melalui Dividend Policy Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen Vol. 10 No. 1 Tahun 2020, 10 (1). ISSN 2089-3477.
- Rompas, Gisela Prisilia (2013), *Likuiditas, Solvabilitas dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3.
- Sambora, Mareta Nurjin, et al. (2014), *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI Periode tahun 2009-2012)*, Jurnal Administrasi Bisnis. 2014, Vol. 8, No. 1.
- Setiadharmas, S. dan Machali M. (2017), *The Effect of Asset Structure and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variable*, Journal of Business & Financial Affairs, Vol. 6, No. 4.
- Spence, Michael (1973), *Job Market Signaling*, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 87, No. 3, p. 355-374.
- Sudana, I Made (2009), *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktek*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Susilawati, Christine Dwi Karya (2012), *Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45*, Jurnal Akuntansi, Vol. 4.
- Tahu, Gregorius Paulus dan Dominicius Djoko Budi Susilo (2017), *Effect of Liquidity, Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange*, Research Journal of Finance and Accounting, Vol. 8, No. 18.
- Taswan (2003), *Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang dan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Serta Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10, No. 2.

- Thaib, Ilham dan Acong Dewantoro (2017), *Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Transportasi Laut di Bursa Efek Indonesia)*, Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi, Perbanas Institute, Vol. 1, No. 1, p. 25-44.
- Tui, Sutardjo, et al. (2017), *Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks*. IRA- International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267), Vol. 7, No. 1, p. 84-95.
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland (2008), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Jilid II, Jakarta: Erlangga.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I.B. Panji Sedana (2015), *Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Mediasi)*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 12, Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Wolk, et al. (2013), *Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice*, Accounting and Business Research, Vol. 18, No. 69.